

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**

**BỘ NÔNG NGHIỆP VÀ PTNT**

**HỌC VIỆN NÔNG NGHIỆP VIỆT NAM**

**NGUYỄN DUY TRÌNH**

**PHÁT TRIỂN NGÀNH HÀNG NẤM ĂN  
VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG HỒNG**

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ**

**CHUYÊN NGÀNH: KINH TẾ PHÁT TRIỂN**

**HÀ NỘI – NĂM 2014**

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO      BỘ NÔNG NGHIỆP VÀ PTNT**  
**HỌC VIỆN NÔNG NGHIỆP VIỆT NAM**

**NGUYỄN DUY TRÌNH**

**PHÁT TRIỂN NGÀNH HÀNG NẤM ĂN  
VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG HỒNG**

**CHUYÊN NGÀNH: KINH TẾ PHÁT TRIỂN**

**MÃ SỐ : 62.31.01.05**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:**

**PGS.TS. NGUYỄN HỮU NGOAN**

**PGS.TS. LÊ HỮU ẢNH**

**HÀ NỘI – NĂM 2014**

## **LỜI CAM ĐOAN**

*Tôi xin cam đoan luận án là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Những số liệu, kết quả nghiên cứu nêu trong luận án này là trung thực, khách quan và chưa từng được sử dụng để bảo vệ một học vị nào.*

*Tôi xin cam đoan rằng mọi sự giúp đỡ trong quá trình thực hiện luận án này đã được cảm ơn và các thông tin trích dẫn trong luận án đều được chỉ rõ nguồn gốc.*

*Hà Nội, ngày 24 tháng 7 năm 2014*

**Người cam đoan**

**Nguyễn Duy Trình**

## **LỜI CẢM ƠN**

*Trong thời gian thực hiện đề tài: “Phát triển ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng” tôi đã nhận được sự chỉ đạo, giúp đỡ của Ban Giám đốc Học viện Nông nghiệp Việt Nam (trước đây là Trường Đại học Nông nghiệp) và sự hướng dẫn, chỉ bảo nhiệt tình của các thầy cô Bộ môn Phân tích định lượng thuộc Khoa Kinh tế và Phát triển nông thôn; một số cơ quan, ban ngành, địa phương, các cán bộ, đồng nghiệp và bè bạn, nhờ đó Luận án của tôi đã hoàn thành. Tôi xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ to lớn này.*

*Tôi xin chân thành cảm ơn sâu sắc tới giáo viên hướng dẫn khoa học: PGS.TS. Nguyễn Hữu Ngoan và PGS.TS. Lê Hữu Ánh đã giúp đỡ tôi rất tận tụy, chu đáo, kịp thời về chuyên môn trong quá trình thực hiện đề tài.*

*Tôi xin chân thành cảm ơn các Cơ quan, Ban ngành của các địa phương vùng đồng bằng sông Hồng như: Hưng Yên, Hải Dương, Hải Phòng, Thái Bình, Nam Định, Hà Nam, Bắc Ninh, Vĩnh Phúc, Thành phố Hà Nội. Đồng thời, tôi cũng cảm ơn Lãnh đạo các Công ty, doanh nghiệp, các hộ gia đình và các cơ sở sản xuất nấm đã giúp đỡ tôi trong việc thu thập dữ liệu phục vụ cho nghiên cứu đề tài này.*

*Xin chân thành cảm ơn các thầy cô, bạn bè và đồng nghiệp đã đóng góp những ý kiến quý giá, cảm ơn gia đình và người thân đã động viên khích lệ và tạo điều kiện thuận lợi nhất giúp tôi hoàn thành Luận án.*

Hà Nội, ngày 24 tháng 7 năm 2014

**Tác giả luận án**

**Nguyễn Duy Trình**

## MỤC LỤC

Lời cam đoan	ii
Lời cảm ơn	iii
Mục lục	iv
Danh mục chữ viết tắt	vii
Danh mục các bảng	viii
Danh mục các biểu đồ	ix
Danh mục các sơ đồ	x
Danh mục các đồ thị	xi
<b>MỞ ĐẦU</b>	<b>1</b>
1 Tính cấp thiết của đề tài	1
2 Mục tiêu nghiên cứu của đề tài	4
3 Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của đề tài	5
4 Những đóng góp của đề tài	5
<b>Chương 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN NGÀNH HÀNG NẤM ĂN</b>	<b>7</b>
1.1 Lý luận về phát triển ngành hàng nấm ăn	7
1.1.1 Ý nghĩa và vai trò của phát triển ngành hàng nấm ăn	7
1.1.2 Lý luận về ngành hàng	11
1.1.3 Đặc điểm phát triển ngành hàng nấm ăn	19
1.1.4 Nội dung phát triển ngành hàng nấm ăn	20
1.1.5 Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển ngành hàng nấm ăn	23
1.2 Cơ sở thực tiễn	29
1.2.1 Tình hình phát triển ngành hàng nấm ăn một số nước trên thế giới	29
1.2.2 Tình hình phát triển ngành hàng nấm ăn ở Việt Nam	34
1.2.3 Một số bài học kinh nghiệm rút ra từ việc nghiên cứu lý luận và thực tiễn phát triển ngành hàng nấm ăn trên thế giới và Việt Nam	38

<b>Chương 2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VỀ NGÀNH HÀNG NĂM ĂN</b>	<b>42</b>
2.1 Đặc điểm địa bàn nghiên cứu	42
2.1.1 Vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên	42
2.1.2 Đất đai và tình hình sử dụng đất đai	43
2.1.3 Tình hình dân số và lao động	45
2.1.4 Tình hình sản xuất kinh doanh một số ngành chính của vùng	46
2.2 Phương pháp nghiên cứu	48
2.2.1 Phương pháp tiếp cận và khung phân tích	48
2.2.2 Phương pháp chọn điểm khảo sát	51
2.2.3 Phương pháp thu thập dữ liệu và thông tin	54
2.2.4 Phương pháp tổng hợp thông tin và xử lý số liệu	57
2.2.5 Phương pháp phân tích	57
2.2.6 Hệ thống các chỉ tiêu nghiên cứu trong đề tài	60
<b>Chương 3 THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN NGÀNH HÀNG NĂM ĂN</b>	
<b>VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG HỒNG</b>	<b>64</b>
3.1 Sơ đồ ngành hàng năm ăn vùng đồng bằng sông Hồng	64
3.1.1 Sơ đồ tổng quát	64
3.1.2 Dòng và kênh tiêu thụ sản phẩm	65
3.2 Thực trạng hoạt động của các tác nhân trong ngành hàng năm ăn	66
3.2.1 Tác nhân sản xuất	66
3.2.2 Tác nhân thu gom, sơ chế và phân phối bán buôn	78
3.2.3 Tác nhân chế biến xuất khẩu	82
3.2.4 Tác nhân bán lẻ	85
3.2.5 Yêu cầu của người tiêu dùng	87
3.3 Đánh giá mối quan hệ giữa các tác nhân trong ngành hàng năm ăn	89
3.3.1 Mối quan hệ giữa cơ quan nghiên cứu và các cơ sở sản xuất	89
3.3.2 Mối quan hệ giữa các cơ sở sản xuất và người thu gom năm ăn	90
3.3.3 Mối quan hệ giữa người sản xuất, người thu gom với doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu	92

3.4	Kết quả và hiệu quả kinh tế của ngành hàng nấm ăn	94
3.4.1	Kết quả và hiệu quả kinh tế của từng tác nhân	94
3.4.2	Kết quả và hiệu quả kinh tế theo từng loại nấm ăn	100
3.5	Đánh giá sự phát triển ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng	105
3.5.1	Về sự tăng trưởng của ngành hàng nấm ăn	105
3.5.2	Về sự thông suốt của ngành hàng nấm ăn	106
3.5.3	Về hiệu quả kinh tế - xã hội và môi trường	107
3.6	Các nhân tố ảnh hưởng phát triển ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng	109
3.6.1	Nhóm nhân tố bên trong	109
3.6.2	Nhóm nhân tố bên ngoài	112
<b>Chương 4 ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGÀNH HÀNG NẤM ĂN VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG HỒNG</b>		<b>120</b>
4.1	Căn cứ đề xuất định hướng và giải pháp	120
4.1.1	Tiềm năng phát triển ngành hàng nấm ăn	120
4.1.2	Phân tích điểm mạnh, yếu, cơ hội và thách thức	122
4.1.3	Chủ trương phát triển ngành hàng nấm ăn của Nhà nước	129
4.2	Định hướng phát triển ngành hàng nấm ăn	130
4.3	Giải pháp chủ yếu phát triển ngành hàng nấm ăn	131
4.3.1	Nhóm giải pháp về kinh tế - xã hội	131
4.3.2	Nhóm giải pháp về khoa học công nghệ	134
4.3.3	Nhóm giải pháp về cơ chế chính sách	135
<b>KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ</b>		<b>137</b>
1	Kết luận	137
2	Kiến nghị	138
Danh mục các công trình khoa học đã công bố có liên quan đến đề tài		140
Tài liệu tham khảo		141
Phụ lục		145

## **DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT**

<b>Chữ viết tắt (tiếng Việt)</b>	<b>Cụm từ</b>
BQ	Bình quân
CNH-HĐH	Công nghiệp hóa, hiện đại hóa
CN & XD	Công nghiệp và xây dựng
DN	Doanh nghiệp
GT	Giá trị
GTSX	Giá trị sản xuất
HQKT	Hiệu quả kinh tế
HTX	Hợp tác xã
KHCN	Khoa học công nghệ
ngđ	Nghìn đồng
PT	Phát triển
SL	Số lượng
SP	Sản phẩm
SX	Sản xuất
TB	Trung bình
TCVN	Tiêu chuẩn Việt Nam
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
TSCĐ	Tài sản cố định
<b>Chữ viết tắt (tiếng Anh)</b>	<b>Cụm từ</b>
A	Amotization - Hao mòn tài sản cố định
CIF	Cost, Insurance, Freight - Giá, bảo hiểm, cước phí
FF	Financial Fee - Chi phí tài chính
FOB	Free On Board - Giá giao trên tàu
GPr	Gross Profit - Lãi gộp
IC	Intermediate Cost - Chi phí trung gian
NPr	Net Profit - Lãi ròng
P	Product - Giá trị sản phẩm
VA	Value Added - Giá trị gia tăng
W	Wage - Tiền lương



## **DANH MỤC CÁC BẢNG**

<b>STT</b>	<b>Tên bảng</b>	<b>Trang</b>
1.1	Giá trị dinh dưỡng một số loại nấm ăn so với trứng gà	8
2.1	Hiện trạng sử dụng đất phân theo địa phương năm 2011	44
2.2	Diện tích, dân số và mật độ dân số vùng đồng bằng sông Hồng năm 2011	45
2.3	Quy mô, sản lượng và số lượng hộ gia đình sản xuất kinh doanh nấm ăn của vùng đồng bằng sông Hồng giai đoạn 2009 - 2011	52
2.4	Tổng hợp mẫu điều tra khảo sát thực tế	53
3.1	Quy mô sản xuất và sản lượng nấm của vùng giai đoạn 2009 - 2011	72
3.2	Sản lượng và cơ cấu sản lượng nấm ăn sản xuất của vùng	73
3.3	Tổng hợp các cơ quan nghiên cứu, ứng dụng KHCN vùng đồng bằng sông Hồng	73
3.4	Các giống nấm ăn và năng suất trên 1 tấn nguyên liệu	75
3.5	Tổng hợp nguồn nguyên liệu của vùng giai đoạn 2009 - 2011	78
3.6	Tổng hợp cơ sở sản xuất, thu gom, chế biến và tiêu thụ nấm giai đoạn 2009 - 2011	79
3.7	Tổng hợp sản lượng nấm ăn sản xuất và cung cấp trên thị trường	81
3.8	Kim ngạch xuất khẩu của Tổng công ty Rau quả nông sản	84
3.9	Tổng hợp kết quả tiêu thụ theo kênh phân phối tại các cơ sở sản xuất vùng đồng bằng sông Hồng năm 2011	86
3.10	Mức độ tiêu dùng bình quân đầu người trên địa bàn	88
3.11	Kết quả và hiệu quả kinh tế tác nhân sản xuất nấm ăn	96
3.12	Kết quả và hiệu quả kinh tế tác nhân thu gom, sơ chế và phân phối bán buôn	97
3.13	Kết quả và hiệu quả kinh tế tác nhân bán lẻ	98
3.14	Kết quả và hiệu quả kinh tế tác nhân chế biến nấm ăn	99
4.1	Tổng hợp SWOT ngành hàng nấm ăn	124
4.2	Kết hợp điểm mạnh - thách thức, điểm yếu - cơ hội đề xuất giải pháp phát triển ổn định ngành hàng nấm ăn	127

## **DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ**

<b>STT</b>	<b>Tên biểu đồ</b>	<b>Trang</b>
2.1	Tổng giá trị và giá sản xuất một số ngành chính của vùng	47
3.1	Cơ cấu nấm tươi, chế biến theo quy mô sản xuất năm 2011	83
3.2	Giá bán lẻ các loại nấm trên thị trường 2009 – 2011	86
3.3	Kết cấu VA, GPr các tác nhân trong kênh phân phối nấm sò	100
3.4	Kết cấu VA, GPr các tác nhân trong kênh phân phối nấm rom	102
3.5	Kết cấu VA, GPr các tác nhân trong kênh phân phối nấm mỡ	103
3.6	Kết cấu VA, GPr các tác nhân trong kênh phân phối mộc nhĩ	104

## **DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ**

<b>STT</b>	<b>Tên sơ đồ</b>	<b>Trang</b>
1.1	Mối quan hệ giữa các tác nhân trong ngành hàng	13
1.2a	Kênh tiêu thụ sản phẩm hàng hoá trực tiếp	16
1.2b	Kênh tiêu thụ sản phẩm hàng hoá gián tiếp	17
1.3	Một số nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến ngành hàng nấm ăn	25
2.1	Khung phân tích ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng	50
2.2	Các tác nhân tham gia ngành hàng nấm ăn	56
3.1	Sơ đồ ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng	64
3.2	Hệ thống tổ chức chỉ đạo kỹ thuật	114

## **DANH MỤC CÁC ĐỀ THI**

<b>STT</b>	<b>Tên đề thi</b>	<b>Trang</b>
1.1	Tổng hợp kết quả ngành hàng nầm của Hàn Quốc	33
1.2	Sản lượng nầm ăn giai đoạn 1988 - 2000 và 2005 – 2011	35

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Ở Việt Nam việc nghiên cứu và sản xuất nấm ăn mới bắt đầu từ những năm 1970 của thế kỷ trước. Tuy nhiên việc tổ chức sản xuất còn phân tán, quy mô nhỏ lẻ mang tính chất tận dụng nhà xưởng, nguyên liệu và lao động, trang thiết bị rất nghèo nàn, giá thành sản phẩm còn cao do năng suất lao động thấp. Việc thu gom sản phẩm nấm để sơ chế, chế biến và tiêu thụ còn gặp nhiều khó khăn vì chưa hình thành nhiều vùng chuyên canh lớn. Những năm gần đây do việc đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ đã tạo bước đột phá trong ngành hàng nấm ăn cả về khối lượng, chất lượng và chủng loại sản phẩm nấm. Tổng sản lượng nấm trong cả nước năm 2011 ước đạt khoảng 270 nghìn tấn tập trung ở khu vực trọng điểm là phía Bắc và phía Nam với 16 chủng loại nấm khác nhau (Cục Trồng trọt, 2011).

Hội nhập kinh tế quốc tế đã trở thành một trong những xu hướng lớn của thời đại phát triển kinh tế theo cơ chế thị trường, ảnh hưởng mạnh mẽ và sâu rộng tới tất cả các quốc gia trên thế giới. Đứng trước thực tế này, nước ta đã đổi mới, nhận thức và tiến hành xây dựng chiến lược phát triển các sản phẩm chủ lực ưu tiên đầu tư phát triển trở thành sản phẩm Quốc gia trong đó có sản phẩm nấm ăn – nấm dược liệu (Chính phủ, 2012). Hiện nay, ngành hàng nấm ăn tại các tỉnh vùng đồng bằng sông Hồng cùng với cả nước đang phát triển và có cơ hội khá tốt để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng trong và ngoài nước. Tuy nhiên, trong quá trình vận hành ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng còn có một số tồn tại, bất cập như sau:

*Một là*, tổ chức sản xuất còn phân tán, quy mô nhỏ lẻ mang tính chất tận dụng chưa có quy hoạch đồng bộ để phát huy hết tiềm năng sẵn có đáp ứng được nhu cầu của thị trường. Chính điều này đã làm cho giá thành sản phẩm cao do năng suất thấp, chất lượng giảm sút, không ổn định về số lượng và chất lượng, gây tổn thất cho người sản xuất và doanh nghiệp nhất là trong lĩnh vực thu gom chế biến xuất khẩu. Đồng thời, sản phẩm nấm ăn của ta khó có khả năng cạnh tranh được với các sản phẩm nấm cùng loại của một số nước trong khu vực và trên thế giới.

*Hai là*, số lượng các tác nhân tham gia vào ngành hàng nắm ăn còn ít và nhỏ lẻ chưa chuyên nghiệp, chủ yếu theo mùa vụ hoặc theo phong trào, sản phẩm khi thừa, khi thiếu, không đủ số lượng, chủng loại theo yêu cầu doanh nghiệp và thị trường tiêu thụ. Đồng thời, vấn đề liên kết giữa các tác nhân trong ngành hàng còn lỏng lẻo, mang tính hình thức, chưa tạo động lực thúc đẩy cho phát triển từ khâu sản xuất đến lưu thông phân phối, chế biến và tiêu thụ sản phẩm. Đặc biệt là mối liên kết giữa tác nhân sản xuất với các doanh nghiệp thu mua chế biến và tác nhân thu gom phân phối vào những thời kỳ cao điểm để xảy ra tình trạng “tranh mua, tranh bán” nắm nguyên liệu phục vụ cho các nhà máy chế biến nắm xuất khẩu.

*Ba là*, nguồn lực về đội ngũ cán bộ khoa học công nghệ còn thiếu và yếu trong công tác xây dựng kế hoạch, chỉ đạo sản xuất chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển của các địa phương. Ngoài ra, hệ thống cơ sở hạ tầng như đường giao thông, nước sạch, xử lý vệ sinh môi trường, công nghệ lạc hậu... và cơ chế chính sách chưa thống nhất, đồng bộ cũng ảnh hưởng từ các cơ sở sản xuất đến doanh nghiệp chế biến xuất khẩu.

Từ những lý do trên đã dẫn đến các cơ sở sản xuất nắm chưa tập trung đầu tư mở rộng quy mô sản xuất; một số doanh nghiệp chế biến gặp phải không ít khó khăn trong việc tạo nguồn cung ứng nguyên liệu đầu vào ổn định phục vụ cho các đơn hàng nội tiêu và xuất khẩu. Có những doanh nghiệp phải tạm thời ngừng hoạt động hoặc chuyển sang kết hợp thu mua chế biến các loại nông sản khác để tận dụng nguồn lực đã đầu tư. Với những bất cập kể trên nguy cơ mất dần thị phần trong nước của ngành hàng nắm ăn nước ta ngày một hiện hữu. Bởi vì, theo thống kê không đầy đủ của Cục Trồng trọt - Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, trong thời gian qua nước ta đang phải nhập tới 80% sản lượng trên tổng nhu cầu tiêu dùng các loại nắm ăn từ các nước như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản và vùng lãnh thổ Đài Loan... Trong khi đó chúng ta xuất khẩu những nguyên liệu chính cho sản xuất nắm như rơm rạ, mùn cưa, bông phé loại và thân lõi ngô nghiền; đồng thời xuất khẩu một lượng lớn lao động phổ thông làm việc cho các nhà máy, trang trại sản xuất nắm tại các nước trên để đổi lại nhập khẩu các sản phẩm nắm ăn phục vụ nhu cầu tiêu dùng tại các địa phương.

Trong những năm qua, ở Việt Nam đã có rất nhiều công trình nghiên cứu về ngành hàng nông sản nói chung. Tuy nhiên, nghiên cứu ngành hàng nấm ăn thì chưa có nhiều mà chỉ mới đề cập đến một số khía cạnh trong phát triển sản xuất, nghiên cứu quy trình công nghệ hoặc phân tích hiệu quả của sản xuất nấm ăn như: i) Nguyễn Hữu Ngoan (1996), Một số vấn đề kinh tế tổ chức sản xuất nấm mỡ xuất khẩu ở vùng đồng bằng sông Hồng hiện nay. Công trình đã nghiên cứu thực trạng tổ chức sản xuất nấm mỡ và một số giải pháp nhằm phát huy lợi thế và nâng cao hiệu quả kinh tế - kỹ thuật trong sản xuất nấm mỡ phục vụ nhu cầu xuất khẩu ở vùng đồng bằng sông Hồng; ii) Nguyễn Hữu Đông và cs. (2010), Nấm ăn - cơ sở khoa học và công nghệ nuôi trồng. Tập thể tác giả mới chỉ tập trung đến vấn đề khoa học công nghệ trong nuôi trồng nấm ăn và nấm dược liệu; đồng thời đã đề xuất một số giải pháp kỹ thuật để nâng cao hiệu quả sản xuất nấm nói chung; iii) Thân Đức Nhã (2004), Hoàn thiện công nghệ sản xuất, chế biến và tiêu thụ nấm hàng hóa theo mô hình làng nghề. Đây là một dự án sản xuất thử nghiệm do Bộ Khoa học và Công nghệ đầu tư tập trung ở 2 xã Khánh An, huyện Yên Khánh, tỉnh Ninh Bình và xã Thanh Lãng, huyện Bình Xuyên, tỉnh Vĩnh Phúc. Tác giả của công trình nghiên cứu này mới chỉ đề cập đến khía cạnh về nâng cao khoa học kỹ thuật trong nuôi trồng và chế biến nấm phục vụ cho việc tiêu thụ nấm của các làng nghề trồng nấm; iv) Khuyết danh (2008), Báo cáo tóm tắt ngành hàng nấm ở tỉnh Quảng Bình. Công trình nghiên cứu này là một hợp phần trong dự án “Quản lý bền vững nguồn tài nguyên thiên nhiên miền Trung Việt Nam”. Dự án mới chỉ tập trung đánh giá kết quả một số chương trình hỗ trợ cho việc sản xuất và tiêu thụ nấm trên địa bàn tỉnh Quảng Bình do các tổ chức Quốc tế tài trợ trước đó. Từ đó dự án đưa ra một số định hướng cho hỗ trợ phát triển tập trung vào một số tác nhân trong ngành hàng còn yếu so với tiềm năng và lợi thế của tỉnh theo yêu cầu của tổ chức tài trợ; v) Đinh Xuân Linh và cs. (2012), Kỹ thuật trồng, chế biến nấm ăn – nấm dược liệu. Đây là quyển sách chuyên khảo được đăng tải các công trình nghiên cứu của tập thể tác giả từ việc chọn tạo giống, hoàn thiện quy trình công nghệ, mô hình tổ chức sản xuất và hạch toán kinh tế - kỹ thuật trong sản xuất nấm ăn và nấm dược liệu của

Việt Nam hiện nay; vi) Nguyễn Trọng Dũng và Nguyễn Thị Minh Hòa (2012), Chuỗi giá trị nấm rơm tại xã Phú Lương, huyện Phú Vang, tỉnh Thừa Thiên Huế. Với công trình nghiên cứu này, tập thể tác giả đã đi sâu phân tích chuỗi giá trị của nấm rơm trên địa bàn của một xã Phú Lương từ việc nghiên cứu cấu trúc chuỗi giá trị đến vị thế tài chính của các tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị nấm rơm nói trên.

Nhìn chung, các nghiên cứu trên mới chỉ tập trung chủ yếu vào đánh giá thực trạng, so sánh lợi thế, xu hướng phát triển, tình hình chế biến và tiêu thụ sản phẩm nấm ăn; đặc biệt là kỹ thuật sản xuất nấm ăn nhằm nâng cao năng suất và chất lượng các loại nấm ăn. Do đó, chưa có công trình nghiên cứu và thảo luận một cách có hệ thống về *Phát triển ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng*. Hiện nay, hàng loạt những vấn đề đặt ra cả về lý luận và thực tiễn như: Ngành hàng nấm ăn đã hình thành và phát triển ở nước ta nói chung và vùng đồng bằng sông Hồng như thế nào? Những tác nhân nào tham gia vào ngành hàng nấm ăn và đang gặp phải những khó khăn, trở ngại nào? Những giải pháp nào được nghiên cứu, đề xuất cho việc phát triển ngành hàng nấm ăn tại các tỉnh vùng đồng bằng sông Hồng? Để góp phần làm sáng tỏ các vấn đề nêu trên, đề tài: ***“Phát triển ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng”*** được tiến hành.

## **2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài**

### ***\* Mục tiêu tổng quát***

Trên cơ sở đánh giá thực trạng phát triển ngành hàng nấm ăn của vùng đồng bằng sông Hồng, từ đó đề xuất những giải pháp phát triển ngành hàng nấm ăn của vùng.

### ***\* Mục tiêu cụ thể***

- Luận giải và làm rõ thêm lý luận và thực tiễn về phát triển ngành hàng nấm ăn.
- Đánh giá thực trạng và phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng những năm qua.
- Đề xuất những giải pháp nhằm phát triển ngành hàng nấm ăn tại vùng đồng bằng sông Hồng.



### **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của đề tài**

#### **\* Đối tượng nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu là những hoạt động của các tác nhân tham gia trong ngành hàng nấm ăn tại vùng đồng bằng sông Hồng. Đề tài nghiên cứu vấn đề phát triển ngành hàng nấm ăn với đối tượng được chọn để khảo sát bao gồm: i) Các hộ gia đình, cơ sở sản xuất nấm ăn; ii) Các cơ sở thu gom và sơ chế nấm ăn; iii) Các cơ sở chế biến nấm; iv) Người tiêu dùng.

#### **\* Phạm vi nghiên cứu**

- Phạm vi nội dung: Đề tài tập trung nghiên cứu tình hình phát triển ngành hàng nấm ăn của vùng đồng bằng sông Hồng với một số loại nấm ăn phổ biến gồm: nấm rơm, nấm sò, mộc nhĩ, nấm mỡ.

- Phạm vi về không gian: Các tỉnh thuộc vùng đồng bằng sông Hồng; Ngoài ra, một số nội dung chuyên sâu được khảo sát tại Trung tâm Công nghệ sinh học thực vật - Viện Di truyền nông nghiệp, Cục Trồng trọt - Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và một số cơ quan quản lý nhà nước liên quan.

- Phạm vi về thời gian: Đề tài tiến hành nghiên cứu quá trình hình thành phát triển ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng qua các năm 2009, 2010 và 2011; Đồng thời đề xuất các giải pháp phát triển ngành hàng nấm ăn trong thời gian tới.

### **4. Những đóng góp của đề tài**

#### **a) Những đóng góp về lý luận và học thuật**

Hệ thống hóa, luận giải và làm rõ thêm cơ sở lý luận, thực tiễn, khung lý thuyết về ngành hàng nấm ăn nói chung, đồng bằng sông Hồng nói riêng. Ngành hàng nấm ăn là một hệ thống được xây dựng bởi các tác nhân và hoạt động tham gia vào sản xuất, thu gom phân phối, chế biến, tiêu thụ sản phẩm nấm ăn và bởi các mối quan hệ giữa các nhân tố bên trong cũng như bên ngoài. Phát triển ngành hàng nấm ăn là sự thay đổi tăng lên về quy mô, sản lượng và hoàn thiện về quan hệ giữa các tác nhân trong ngành hàng, bao gồm từ người sản xuất đến người bán lẻ cho người tiêu dùng và sự hoàn thiện về liên kết giữa các khâu, các lĩnh vực và cùng điều hòa lợi ích của các tác nhân trong ngành hàng nấm ăn. Phát triển ngành hàng nấm ăn có

thể hình dung là một quá trình khép kín, có điểm đầu và điểm cuối, bao gồm nhiều các yếu tố tác động, có quan hệ móc xích với nhau. Phát triển đi liền với sự tăng lên của các yếu tố này có thể ảnh hưởng tích cực tới các yếu tố khác. Luận án đã chỉ ra được hệ thống chỉ tiêu đánh giá và các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động của các tác nhân tham gia ngành hàng nấm ăn.

#### b) Những đóng góp về thực tiễn

Phân tích và đánh giá thực trạng phát triển ngành hàng nấm ăn tại vùng đồng bằng sông Hồng; đồng thời nghiên cứu hoạt động của các tác nhân, cùng với những yếu tố ảnh hưởng tới các tác nhân tham gia trong ngành hàng nấm ăn. Luận án cũng đề xuất ra những nhóm giải pháp như: công tác quy hoạch, xây dựng sản xuất tập trung gắn liền với công tác thu gom và chế biến nấm ăn, xây dựng cơ sở hạ tầng kỹ thuật, dịch vụ khoa học kỹ thuật, quản lý nhà nước và thực hiện tốt các chính sách khuyến khích phát triển tạo điều kiện cho liên kết giữa các tác nhân tham gia ngành hàng... là giải pháp quan trọng để phát triển ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng. Luận án là tài liệu để các nhà khoa học, nhà hoạch định chính sách và quản lý nhà nước nhất là chính quyền các địa phương tham khảo, đề xuất các giải pháp phù hợp cho phát triển ngành hàng nấm ăn trong thời gian tới.

**Chương 1**  
**CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN**  
**VỀ PHÁT TRIỂN NGÀNH HÀNG NẤM ĂN**

**1.1. Lý luận về phát triển ngành hàng nấm ăn**

**1.1.1. Ý nghĩa và vai trò của phát triển ngành hàng nấm ăn**

*1.1.1.1. Giá trị thực phẩm và dược liệu của nấm ăn*

Theo kết quả phân tích của các nhà khoa học trong 112 loài nấm ăn có hàm lượng bình quân: Protein 25%; Lipid 8%; Gluxit 60% (trong đó đường là 52%, xơ 8%, chất tro 7%). Đặc biệt nấm mỡ (*A. bisporus*) có hàm lượng Protein cao tới 44%. Hàm lượng Protein trong các loài nấm ăn có sự sai khác nhau rất nhiều là phụ thuộc vào loại giống nấm, vào điều kiện ngoại cảnh và môi trường sinh sống. Kết quả nghiên cứu của sinh hoá học và sinh học phân tử đã chứng minh Protein và axit nucleic là cơ sở vật chất quan trọng nhất trong quá trình hoạt động của sự sống. Hoạt động của các hệ thống enzym trong cơ thể cũng có bản chất là protein, chất kích thích có tác dụng điều tiết quá trình trao đổi chất là protein hoặc dẫn xuất của protein. Các hoạt động co duỗi của cơ chính là do protein tạo thành, các phản ứng miễn dịch của cơ thể đều nhờ có protein mà thực hiện được. Cơ thể con người được cung cấp nguồn Protein từ nấm có lợi ích là không chứa Cholesterolon như nguồn Protein từ động vật. Protein của nấm ăn cũng gồm 2 loại: Protein đơn thuần và Protein phức hợp. Nếu so sánh thì hàm lượng Protein trong 1kg nấm mỡ tương đương với 2kg thịt lợn nạc, cao hơn 1kg thịt bò so với một số loại rau thì ở nấm tươi có chứa Protein cao gấp 12 lần (Ferdirico, 2001). Theo tài liệu thống kê trong 9 loại nấm thường dùng như nấm mỡ, nấm hương, nấm kim châm, nấm sò, nấm mộc nhĩ đen, mộc nhĩ trắng, nấm đầu khi,... có tổng hàm lượng axit amin bình quân là 15,76% (theo trọng lượng khô) hàm lượng axit amin không thay thế là 6,43% chiếm 40,53% tổng hàm lượng axit amin. Hiện nay người ta đã chế biến một số đồ uống từ nấm ăn nhằm cung cấp trực tiếp các axit amin cần thiết cho cơ thể như nước uống từ nấm ngân nhĩ. Giá trị dinh dưỡng của một số nấm ăn phổ biến so với trứng gà (Bảng 1.1).

**Bảng 1.1. Giá trị dinh dưỡng một số loại nấm ăn so với trứng gà**

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>Trứng gà</b>	<b>Nấm mỡ</b>	<b>Nấm hương</b>	<b>Nấm sò</b>	<b>Nấm rơm</b>
Độ ẩm (%)	74	89	92	91	90
Protein (% so với chất khô)	13	24	13	30	21
Lipit (% so với chất khô)	11	8	5	2	10
Hydratcacbon (% so với chất khô)	1	60	78	58	59
Tro (% so với chất khô)	0	8	7	9	11
Calo (so với 100g chất khô)	156	381	392	345	369
Axit nicotinic (mg/100g chất khô)	0,1	42,5	54,9	108,7	91,9
Riboflavin (mg/100g chất khô)	0,3	3,7	4,9	4,7	3,3
Thiamin (mg/100g chất khô)	0,4	8,9	7,8	4,8	1,2
Axit ascobic (mg/100g chất khô)	0	26,5	0	0	20,2
Iron (mg/100g chất khô)	2,5	8,8	4,5	15,2	17,2
Canxi (mg/100g chất khô)	50	71	12	33	71
Phosphorus (mg/100g chất khô)	210	912	171	1348	677
Lizin (mg/100g chất khô)	913	527	174	321	384
Histidin (mg/100g chất khô)	295	179	87	87	187
Arginin (mg/100g chất khô)	790	446	348	306	366
Theonin (mg/100g chất khô)	616	366	261	390	607
Valin (mg/100g chất khô)	859	420	261	390	607
Methionin (mg/100g chất khô)	406	126	87	90	80
Isoeuloxin (mg/100g chất khô)	703	366	218	266	491
Loxin (mg/100g chất khô)	1193	580	348	390	312

Nguồn: Ferdirico (2001)

Nấm ăn thơm, ngon và có hương vị hấp dẫn là do trong Protein của nấm gồm nhiều axit amin tự do và những hợp chất thơm đặc thù của từng loại nấm. Trong nấm có khoảng 17 - 19 loại axit amin, trong đó có đủ 9 loại axit amin không thay thế. Theo

tài liệu thống kê trong 9 loại nấm thường dùng như nấm mỡ, nấm hương, nấm kim châm, nấm sò, nấm mộc nhĩ đen, mộc nhĩ trắng, nấm đầu khi,... có tổng hàm lượng axit amin bình quân là 15,76% (theo trọng lượng khô) hàm lượng axit amin không thay thế là 6,43% chiếm 40,53% tổng hàm lượng axit amin (Ferdirico, 2001).

Hàm lượng chất khoáng trong nấm dao động từ 3 - 10% trung bình là 7%, các loại nấm mọc trên rơm rạ chứa ít chất khoáng hơn so với nấm sống trên cây gỗ. Thành phần khoáng chủ yếu là photpho (P), Na, K. Nấm hương, nấm mỡ, nấm sò chứa nhiều K có lợi cho sức khỏe người già. Nấm mỡ có chứa nhiều P; Na; K rất tốt cho quá trình trao đổi chất ở hệ thần kinh của con người. Hiện nay, một số nước trong khu vực và trên thế giới đang đẩy mạnh hướng nghiên cứu chiết xuất các thành phần hoạt chất của nấm ăn để làm thuốc và sản phẩm chức năng như nước uống tăng lực, viên nang và các sản phẩm thuốc tiêm bồi bổ sức khỏe khác (Nguyễn Hữu Đồng và cs., 2010).

#### *1.1.1.2. Ý nghĩa kinh tế, xã hội và môi trường của phát triển ngành hàng nấm ăn*

*Thứ nhất* là, nhằm tận dụng các nguồn nguyên liệu sẵn có, giải quyết lực lượng lao động nông nhân và tạo ra khối lượng hàng hóa lớn góp phần tăng cơ cấu của toàn ngành nông nghiệp.

Nguyên liệu đầu vào chính cho sản xuất nấm ăn là rơm rạ, mùn cưa, bã mía, bông phế loại, thân lõi ngô..., những nguyên liệu này là phế phụ phẩm được tận thu và rất sẵn có đối với Việt Nam hiện nay. Theo thống kê tính trung bình một tấn thóc cho ra 1,2 tấn rơm rạ khô và với hiện nay cả nước có khoảng gần 40 triệu tấn rơm rạ/năm. Nếu chúng ta chỉ cần sử dụng 10% số nguyên liệu nói trên để sản xuất nấm thì sản lượng nấm có thể đạt hàng trăm nghìn tấn nấm/năm. Ngoài ra, chúng ta khoảng 2,5 triệu tấn bã mía của hơn 40 nhà máy đường trên cả nước, cùng hàng nghìn tấn mùn cưa, thân cây gỗ...đều có thể dùng làm nguyên liệu sản xuất nấm (Cục Trồng trọt, 2011).

Bên cạnh đó ở nước ta số lượng lao động trong nông nghiệp tiếp tục tăng. Theo đánh giá của các nhà xã hội học và kinh tế nông nghiệp thì hiện nay nông dân (chưa tính lao động phụ) chỉ mới có công ăn việc làm chiếm 30 – 40% quỹ thời gian trong năm. Chính điều này là nguyên nhân dẫn đến thu nhập thấp và tình trạng đói

nghèo trong nông thôn; đồng thời cũng làm gia tăng tính trạng di cư lên thành phố tìm việc làm như hiện nay. Vì vậy, phát triển ngành hàng nắm ăn từ khâu sản xuất đến lưu thông và tiêu thụ sản phẩm nắm đã góp phần từng bước giải quyết được lực lượng lao động dư thừa (Nguyễn Hữu Đông và cs., 2010).

*Thứ hai* là, góp phần vào quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp, nông thôn và thúc đẩy các ngành kinh tế khác phát triển.

Cơ cấu kinh tế nông nghiệp và nông thôn luôn vận động và phát triển theo sự tiến bộ của xã hội. Đặc biệt là trong cơ chế thị trường ngày nay, việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp và nông thôn ở nước ta là vấn đề hết sức cần thiết, phù hợp với chủ trương công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp nông thôn của Đảng và Nhà nước. Xem xét trên khía cạnh đất nông nghiệp bình quân đầu người càng giảm: năm 2005 bình quân đất nông nghiệp trên đầu người là 795,012m<sup>2</sup>, năm 2006 giảm xuống còn 786,712m<sup>2</sup> và tiếp tục giảm vào các năm tiếp theo do quá trình đô thị hóa tăng nhanh; trong khi tổ chức sản xuất nắm lại có thể sử dụng được diện tích các loại đất trồng, đất bạc màu (đất nghèo bùn chiếm khoảng 25,6%) để xây dựng nhà xưởng. Ngoài ra việc phát triển sản xuất nắm đã kéo theo các ngành nghề, dịch vụ khác phát triển. Theo thống kê của Hiệp hội nắm Phúc Kiến, Trung Quốc tại hội nghị phát triển nắm ăn năm 2010 thì phát triển nghề nắm sẽ kéo theo 28 ngành nghề khác cùng phát triển (Nguyễn Hữu Đông và cs., 2010).

*Thứ ba* là, góp phần bảo vệ môi trường sinh thái và hướng tới nền sản xuất nông nghiệp hữu cơ.

Phát triển ngành hàng nắm ăn, trong đó thúc đẩy việc tổ chức sản xuất nắm sẽ góp phần hạn chế được ô nhiễm môi trường do khói, bụi từ việc đốt rơm rạ sau mỗi mùa thu hoạch lúa; đồng thời giảm thiểu được tình trạng tắc nghẽn dòng chảy do vớt rơm rạ xuống kênh rạch. Trong thực tế, nhiều cơ sở sản xuất nắm hiện nay đã sử dụng phế thải sau thu hoạch nắm làm phân bón cho lúa, rau màu đã làm tăng năng suất cao hơn từ 10 – 20% so với tập quán canh tác cũ, cải tạo đồng ruộng. Một số nước như Hà Lan, Nhật Bản và vùng lãnh thổ Đài Loan đã chế biến và xuất khẩu loại “Phân hữu cơ từ bã nắm” sang các nước khác. Với việc này giảm khâu xử lý rác thải, tránh bị ô nhiễm môi trường đồng thời lại thu được lợi ích kép (Đình Xuân Linh và cs., 2012).

## **1.1.2. Lý luận về ngành hàng**

### **1.1.2.1. Khái niệm về ngành hàng**

Theo Fabre (1994): “Ngành hàng được coi là tập hợp các tác nhân kinh tế (hay các phần hợp thành các tác nhân) quy tụ trực tiếp vào việc tạo ra các sản phẩm cuối cùng. Như vậy, ngành hàng đã vạch ra sự kế tiếp của các hành động xuất phát từ điểm ban đầu tới điểm cuối cùng của một nguồn lực hay một sản phẩm trung gian, trải qua nhiều giai đoạn của quá trình gia công, chế biến để tạo ra một hay nhiều sản phẩm hoàn tất ở mức độ của người tiêu thụ”. Nói một cách khác, có thể hiểu ngành hàng là “Tập hợp những tác nhân (hay những phần hợp thành tác nhân) kinh tế đóng góp trực tiếp vào sản xuất tiếp đó là gia công, chế biến và tiêu thụ ở một thị trường hoàn hảo của sản phẩm nông nghiệp” (Phạm Văn Đình, 1999).

Như vậy, nói đến ngành hàng là ta hình dung đó là một quá trình khép kín, có điểm đầu và điểm kết thúc, bao gồm nhiều yếu tố động, có quan hệ móc xích với nhau. Sự tăng lên hay giảm đi của yếu tố này có thể ảnh hưởng tích cực hay tiêu cực tới các yếu tố khác. Trong quá trình vận hành của một ngành hàng đã tạo ra sự dịch chuyển các luồng vật chất trong ngành hàng đó. Ta có thể xem xét sự dịch chuyển theo ba dạng cơ bản sau:

*- Sự dịch chuyển về mặt thời gian:*

Sản phẩm được tạo ra trong thời gian này lại được tiêu thụ ở thời gian khác. Sự chuyển dịch này giúp ta điều chỉnh cung ứng thực phẩm theo mùa vụ. Để thực hiện tốt sự chuyển dịch này cần phải làm tốt công tác bảo quản và dự trữ sản phẩm.

*- Sự dịch chuyển về mặt không gian:*

Trong thực tế, sản phẩm được tạo ra ở nơi này nhưng lại được dùng ở nơi khác. Ở đây đòi hỏi phải nhận biết được các kênh phân phối của sản phẩm. Sự chuyển dịch này giúp ta thỏa mãn tiêu dùng trong vùng, mọi tầng lớp nhân dân trong nước và đó cũng là cơ sở không thể thiếu được để sản phẩm trở thành hàng hóa. Điều kiện cần của chuyển dịch về mặt không gian là sự hoàn thiện của cơ sở hạ tầng, công nghệ chế biến và chính sách mở rộng giao lưu kinh tế của Chính phủ.

- *Sự chuyển dịch về mặt tính chất:*

Hình dạng và tính chất của sản phẩm bị biến dạng qua mỗi lần tác động của công nghệ chế biến. Ở đây, yếu tố vật chất của sản phẩm vẫn còn giữ nguyên nhưng nó được sàng lọc, chiết xuất hoặc phụ thuộc thêm các yếu tố vật chất phụ gia nào đó để tạo ra sản phẩm cuối cùng có chất lượng phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng. Chuyển dịch về mặt tính chất làm cho chủng loại sản phẩm ngày càng phong phú và nó được phát triển theo sở thích người tiêu dùng và trình độ chế biến. Hình dạng và tính chất của sản phẩm bị biến dạng càng nhiều lần thì càng có nhiều sản phẩm mới được tạo ra (Phạm Văn Đình, 1999).

Quá trình vận hành của ngành hàng từ khâu sản xuất đến tiêu dùng bao gồm một tập hợp liên tiếp các hoạt động kinh tế của các tác nhân, hay là sự luân chuyển liên tục các luồng vật chất qua từng tác nhân, mà ở từng khâu, mỗi tác nhân lại tạo ra những sản phẩm khác nhau. Sản phẩm cuối cùng đến tay người tiêu dùng là sự hợp thành của tất cả những hoạt động kinh tế đó. Hiểu theo nghĩa đó, ngành hàng sẽ bao gồm một chuỗi các tác nhân có quan hệ với nhau thông qua các hoạt động kinh tế của chúng, được sắp xếp theo một trật tự nhất định ở từng vị trí của từng mạch hàng, kết nối với nhau thành từng luồng hàng và các hoạt động đó được hoàn thiện dần cho đến khi tạo nên sản phẩm cuối cùng của ngành hàng.

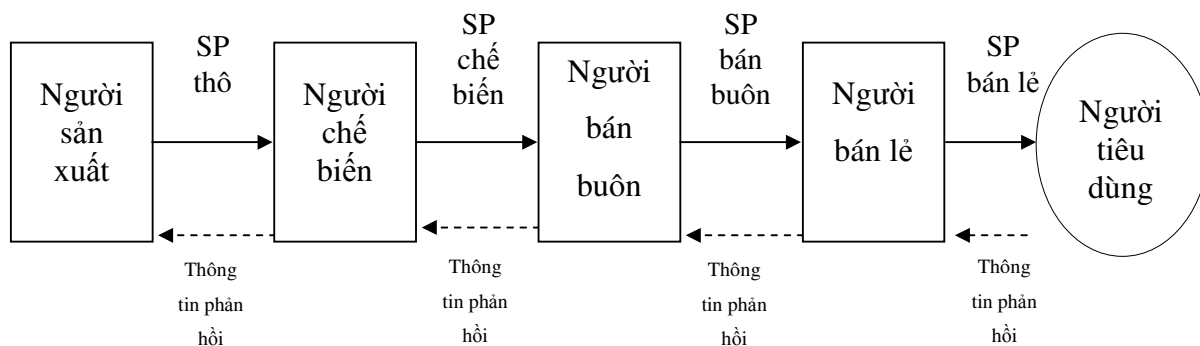
#### **\* Tác nhân**

Tác nhân trong ngành hàng là đơn vị kinh tế hoạt động độc lập và tự quyết định hành vi của mình. Ta có thể hiểu tác nhân là những hộ, những doanh nghiệp, tham gia trong các ngành hàng thông qua hoạt động kinh tế của họ (Phạm Văn Đình, 1999). Tác nhân được phân chia làm hai loại: Tác nhân có thể là người thực hiện (hộ nông dân, người tiêu thụ...) và tác nhân là đơn vị kinh tế (các doanh nghiệp, xí nghiệp, công ty, nhà máy...). Theo nghĩa rộng, người ta dùng tác nhân để nói một tập hợp các đơn vị có cùng một hoạt động như:

- Tác nhân “người sản xuất”
- Tác nhân “người chế biến”
- Tác nhân “người bán buôn”
- Tác nhân “người bán lẻ”



Trong ngành hàng, sơ đồ tổ chức các “tác nhân” thường thể hiện như sau:



**Sơ đồ 1.1. Mối quan hệ giữa các tác nhân trong ngành hàng**

Người sản xuất là tác nhân đầu tiên trong ngành hàng, họ sử dụng những nguyên liệu ban đầu để tạo ra sản phẩm thô, có thể bán cho tiêu dùng trực tiếp hoặc thông qua công đoạn gia công chế biến.

Người chế biến là tác nhân sử dụng các sản phẩm của hộ sản xuất, bằng công nghệ, kỹ thuật, bí quyết... để tạo ra sản phẩm mới đáp ứng những thị hiếu của người tiêu dùng.

Người bán buôn là tác nhân không tạo ra sản phẩm mới, họ mua hàng với số lượng lớn rồi tiếp tục bán lại cho người bán lẻ cũng với số lượng lớn.

Người bán lẻ là tác nhân mua hàng lại từ người bán buôn để bán trực tiếp cho người tiêu dùng. Các sản phẩm từ người bán lẻ thường là sản phẩm hoàn thiện cuối cùng trong ngành hàng.

Người tiêu dùng đóng vai trò quan trọng trong hoạt động của ngành hàng bởi chính người tiêu dùng cung cấp các luồng thông tin phản hồi từ thị trường đối với các loại sản phẩm, làm cơ sở điều chỉnh hoạt động của các tác nhân tham gia ngành hàng. Tuy nhiên, ranh giới giữa các tác nhân là không rạch ròi, nhiều khi đan xen với nhau. Ví dụ, một người bán buôn, họ có thể kết hợp với người bán lẻ hàng hóa đó và thậm chí tiêu dùng chính sản phẩm đó. Với các hoạt động kinh tế riêng của mình, các tác nhân này thực hiện từng nội dung chuyên dịch trong các chuỗi hàng khác nhau. Trên thực tế có một số tác nhân chỉ tham gia vào một ngành hàng nhất

định và có nhiều tác nhân có mặt trong nhiều ngành hàng của nền kinh tế quốc dân. Có thể phân loại các tác nhân thành nhóm tùy ý theo bản chất hoạt động chủ yếu trong ngành hàng như sản xuất, chế biến, tiêu thụ và dịch vụ.

#### **\* Chức năng**

Mỗi tác nhân trong ngành hàng có những hoạt động kinh tế riêng, đó chính là chức năng của nó trong chuỗi hàng. Tên chức năng thường trùng với tên tác nhân. Ví dụ, hộ sản xuất có chức năng sản xuất, hộ chế biến có chức năng chế biến, hộ bán buôn có chức năng bán buôn... Một tác nhân có thể có một hay nhiều chức năng. Các chức năng kế tiếp nhau tạo nên sự chuyển dịch về mặt tính chất của luồng vật chất trong ngành hàng. Các tác nhân đứng sau thường có chức năng hoàn thiện sản phẩm của các tác nhân đứng trước kể nó cho đến khi chức năng của tác nhân cuối cùng ở từng luồng hàng kết thúc thì ta đã có sản phẩm cuối cùng của ngành hàng (Phạm Văn Đình, 1999).

#### **\* Sản phẩm**

Trong ngành hàng, mỗi tác nhân đều tạo ra sản phẩm riêng của mình. Trừ những sản phẩm bán lẻ cuối cùng, sản phẩm của mọi tác nhân khác chưa phải là sản phẩm cuối cùng của ngành hàng mà chỉ là kết quả của hoạt động kinh tế, là “đầu ra” của quá trình sản xuất kinh doanh của từng tác nhân. Sản phẩm của tác nhân trước là chi phí trung gian của các tác nhân kế sau nó. Chỉ có sản phẩm của tác nhân cuối cùng trước khi đến tay người tiêu dùng mới là sản phẩm cuối cùng của ngành hàng (Phạm Văn Đình, 1999). Ví dụ: hộ sản xuất nấm bán cho các cơ sở chế biến nấm, cơ sở chế biến bán nấm đã chế biến (sấy khô, đóng hộp, các sản phẩm nấm chế biến khác từ nấm) cho hộ bán buôn, hộ bán buôn bán các sản phẩm nấm chế biến cho hộ bán lẻ, hộ bán lẻ bán cho người tiêu dùng. Như vậy, nấm tươi là sản phẩm của các hộ, cơ sở sản xuất nấm nhưng lại là nguyên liệu của hộ chế biến, nấm chế biến là sản phẩm của hộ chế biến nhưng lại là hàng hóa của hộ bán buôn... Quá trình này tiếp diễn qua từng mạch hàng và giá trị hàng hóa của các tác nhân kế tiếp ngày càng tăng lên. Do tính chất phong phú về chủng loại sản phẩm nên trong phân tích ngành hàng thường chỉ phân tích sự vận hành của các sản phẩm chính.

### **\* Mạch hàng**

Mạch hàng là khoảng cách giữa hai tác nhân. Mạch hàng chứa đựng quan hệ kinh tế giữa hai tác nhân và những hoạt động chuyển dịch về sản phẩm. Qua từng mạch hàng, giá trị của sản phẩm được tăng thêm và do đó giá cả cũng được tăng thêm do các khoản giá trị mới sáng tạo ra ở từng tác nhân. Điều đó thể hiện sự đóng góp của từng tác nhân trong việc tạo nên giá trị gia tăng (VA) của ngành hàng.

Mỗi tác nhân có thể tham gia vào nhiều mạch hàng. Mạch hàng càng phong phú, quan hệ giữa các tác nhân càng chặt chẽ, chuỗi hàng càng bền vững. Điều đó cũng có nghĩa là nếu có một vướng mắc nào đó làm cản trở sự phát triển của mạch hàng nào đó thì sẽ gây ảnh hưởng có tính chất dây chuyền đến các mạch hàng sau nó và sẽ ảnh hưởng chung đến hiệu quả của luồng hàng và toàn bộ chuỗi hàng (Phạm Văn Đình, 1999).

### **\* Luồng hàng**

Theo Phạm Văn Đình (1999): “Những mạch hàng liên tiếp được sắp xếp theo trật tự từ tác nhân đầu tiên đến tác nhân cuối cùng sẽ tạo nên các luồng hàng trong một ngành hàng”. Luồng hàng thể hiện sự lưu chuyển các luồng vật chất do kết quả hoạt động kinh tế của hệ thống tác nhân khác nhau ở từng công đoạn sản xuất, chế biến và lưu thông đến từng chủng loại sản phẩm cuối cùng. Chủng loại sản phẩm cuối cùng càng phong phú thì luồng hàng trong một ngành hàng càng nhiều. Điều đó có ý nghĩa lớn trong quá trình tổ chức và phát triển sản xuất vì sự luân chuyển của luồng vật chất qua từng tác nhân trong các luồng hàng đã làm cho mọi tác nhân trong ngành hàng trở thành người sản xuất sản phẩm hàng hoá. Mặt khác, việc bố trí lại lao động giữa các khâu trong quá trình phát triển của chuỗi hàng tạo nên sự chuyển dịch lao động từ khâu sản xuất đến khâu chế biến và lưu thông để nối dài chuỗi hàng, từ đó sẽ tạo điều kiện cho sự phân công lao động xã hội phát triển và kích thích quá trình sản xuất hàng hoá.

### **\* Luồng vật chất**

Luồng vật chất được hiểu là một tập hợp liên tiếp những sản phẩm do các tác nhân tạo ra được lưu chuyển từ tác nhân này qua tác nhân khác kế sau nó trong từng

luồng hàng. Đối với ngành hàng nắm ăn, trước tiên nắm tươi từ hộ sản xuất đến cơ sở thu gom sơ chế và chế biến nắm từ các cơ sở chế biến đến hộ bán buôn rồi bán lẻ và đến người tiêu dùng. Mỗi khi dịch chuyển luồng vật chất có thể thay đổi về số lượng tùy theo các hệ số kỹ thuật; thay đổi về chất lượng đôi khi cả về hình thái tùy theo công nghệ chế biến ở từng mạch hàng. Do vậy, khi phân tích ngành hàng thông thường người ta chỉ đề cập đến luồng vật chất của những sản phẩm chính.

#### **\* Hệ số kỹ thuật**

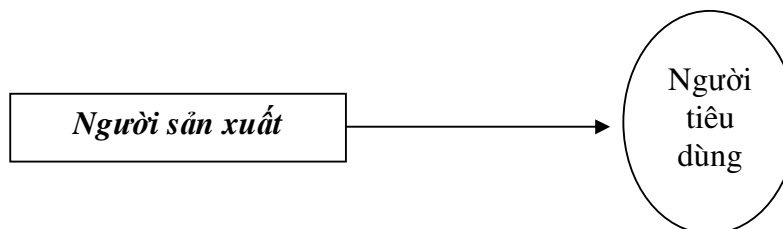
Đó là các hệ số quy đổi sản phẩm về lượng giữa các sản phẩm của các tác nhân hoặc các chỉ tiêu kinh tế - kỹ thuật trong sản xuất và hay thường được gọi là định mức kinh tế - kỹ thuật trong nghiên cứu. Ví dụ: tỷ lệ nắm sò tươi/khô là 10/1, tỷ lệ hao hụt nắm tươi trong quá trình vận chuyển từ nơi sản xuất đến nơi thu gom chế biến trong khoảng thời gian tối đa 8 giờ là 5%... Các hệ số kỹ thuật được quy định bởi các cơ quan đo lường, thiết kế của Nhà nước hay tổng hợp qua khảo sát thực tế. Hệ số kỹ thuật sẽ giúp tính toán suy rộng từ các kết quả điều tra mẫu.

#### **\* Các kênh tiêu thụ sản phẩm**

Tiêu thụ sản phẩm được coi là giai đoạn cuối cùng của quá trình sản xuất kinh doanh, là yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp cũng như người sản xuất (Nguyễn Nguyên Cự, 2005). Quá trình tiêu thụ sản phẩm được thể hiện qua các kênh tiêu thụ như sau:

##### ***Kênh trực tiếp (Sơ đồ 1.2a)***

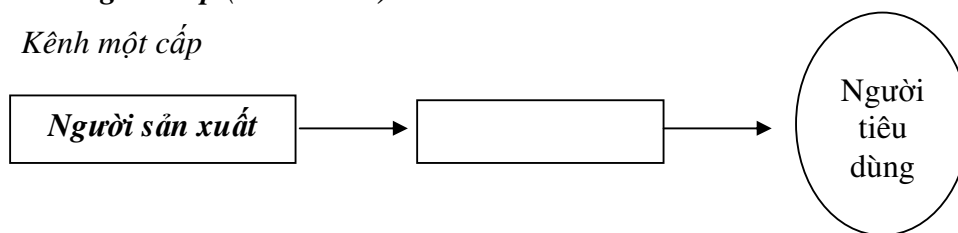
Nhà sản xuất bán hàng trực tiếp cho người tiêu dùng cuối cùng, không thông qua khâu trung gian. Người sản xuất kiêm luôn bán hàng.



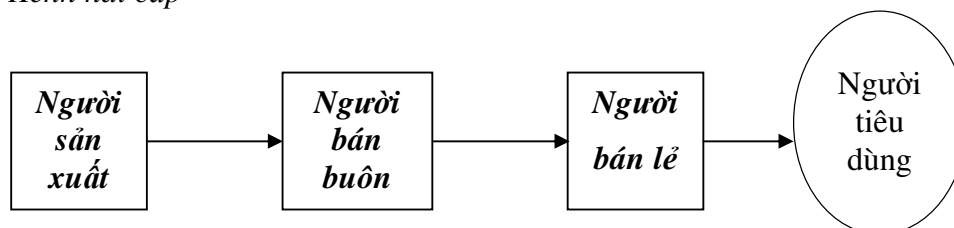
**Sơ đồ 1.2a. Kênh tiêu thụ sản phẩm hàng hoá trực tiếp**

### **Kênh gián tiếp (Sơ đồ 1.2b)**

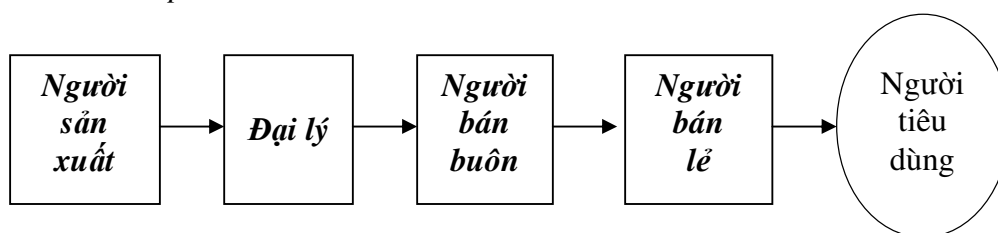
#### *Kênh một cấp*



#### *Kênh hai cấp*



#### *Kênh ba cấp*



**Sơ đồ 1.2b. Kênh tiêu thụ sản phẩm hàng hóa gián tiếp**

#### *1.1.2.2. Khái niệm về sự phát triển*

Theo Todaro and Smith thì phát triển phải được hiểu đó là một quá trình nhiều mặt liên quan đến những thay đổi cơ bản trong kết cấu xã hội, những quan điểm phổ thông, thể chế quốc gia cùng với sự tăng trưởng kinh tế nhanh, giảm bất công và giảm nghèo đói. Phát triển về bản chất phải thể hiện sự thay đổi đồng bộ, trong đó xã hội đảm bảo những nhu cầu cơ bản, những mong muốn của các cá nhân, các nhóm dân cư trong xã hội đó; chuyển từ trạng thái mà người dân phải đối mặt với sự thiếu thốn, không thỏa mãn sang trạng thái mà người dân được hưởng cuộc sống vật chất cũng như tinh thần tốt hơn (Ngô Đình Giao, 1996). Còn theo Raaman Weitz lại cho rằng: "Phát triển là một quá trình thay đổi liên tục làm tăng trưởng mức sống con người và phân phối công bằng những thành quả tăng trưởng trong xã hội" (Trần Văn Chử, 2000).

Trong Báo cáo phát triển thế giới của Ngân hàng thế giới năm 1991 khẳng định: “Thách thức của sự phát triển là nâng cao chất lượng cuộc sống. Đặc biệt là trong thế giới của các nước nghèo, một chất lượng cuộc sống tốt hơn chắc chắn đòi hỏi phải có thu nhập cao hơn nhưng nó còn liên quan đến nhiều thứ hơn thế nữa. Nó bao gồm giáo dục tốt hơn, tiêu chuẩn về sức khỏe và dinh dưỡng cao hơn, giảm nghèo đói, môi trường sống trong sạch hơn, cơ hội công bằng hơn, con người được tự do hơn, và đời sống văn hóa phong phú hơn” (Trần Văn Chử, 2000).

Cũng có thể hiểu, phát triển là việc tạo điều kiện cho con người sinh sống ở bất cứ nơi nào được thỏa mãn các nhu cầu sống của mình, có mức tiêu thụ hàng hóa và dịch vụ tốt, đảm bảo chất lượng cuộc sống, có trình độ học vấn cao, được hưởng những thành tựu về văn hóa và tinh thần, có đủ điều kiện cho một môi trường sống lành mạnh, được hưởng các quyền cơ bản của con người và được đảm bảo an ninh, an toàn, không có bạo lực.

Phát triển theo khái niệm chung nhất là việc nâng cao hạnh phúc của người dân, bao hàm nâng cao các chuẩn mực sống, cải thiện các điều kiện giáo dục, sức khỏe, sự bình đẳng về các cơ hội... Ngoài ra việc bảo đảm các quyền về chính trị và công dân là những mục tiêu rộng hơn của phát triển. Tăng trưởng kinh tế mới chỉ thể hiện một phần, một yếu tố chưa đầy đủ của sự phát triển.

Tuy có rất nhiều những quan điểm khác nhau về sự phát triển, nhưng tóm chung lại các ý kiến đều cho rằng: Phạm trù của sự phát triển là phạm trù vật chất, phạm trù tinh thần, phạm trù về hệ thống giá trị con người. Mục tiêu chung của phát triển là nâng cao các quyền lợi kinh tế, chính trị, văn hóa xã hội và quyền tự do công dân của mọi người dân.

### *1.1.2.3. Khái niệm về phát triển bền vững*

Phát triển bền vững là quan niệm mới của sự phát triển. Nó lồng ghép quá trình sản xuất với bảo tồn tài nguyên và làm tốt hơn về môi trường: đảm bảo thỏa mãn những nhu cầu hiện tại mà không phương hại đến khả năng đáp ứng những nhu cầu của tương lai. Các thế hệ hiện tại khi sử dụng các nguồn tài nguyên cho sản xuất ra của cải vật chất không thể để cho thế hệ mai sau phải gánh chịu tình trạng ô nhiễm, cạn kiệt tài nguyên và nghèo đói. Cần phải để cho các thế hệ tương lai được

thừa hưởng các thành quả lao động của thế hệ hiện tại dưới dạng giáo dục, kỹ thuật, kiến thức và các nguồn lực khác ngày càng được tăng cường tăng thu nhập kết hợp với các chính sách môi trường và thể chế vững chắc có thể tạo cơ sở cho việc giải quyết cả hai vấn đề môi trường và phát triển. Điều then chốt đối với phát triển bền vững không phải là sản xuất ít đi mà sản xuất khác đi, sản xuất phải đi đôi với việc tiết kiệm các nguồn tài nguyên và bảo vệ môi trường (Trần Văn Chừ, 2000).

Khái niệm về phát triển bền vững đã được Ủy ban môi trường và phát triển thế giới đưa ra năm 1987 như sau: "Những thế hệ hiện tại cần đáp ứng nhu cầu của mình, sao cho không phương hại đến khả năng của các thế hệ tương lai đáp ứng nhu cầu của họ" (Trần Văn Chừ, 2000). Phát triển bền vững lồng ghép các quá trình hoạt động kinh tế, hoạt động xã hội với việc bảo tồn tài nguyên và làm giàu môi trường sinh thái. Nó đáp ứng nhu cầu phát triển hiện tại nhưng không làm ảnh hưởng bất lợi cho các thế hệ mai sau (Phạm Văn Đình, Đỗ Kim Chung và cs., 1997).

Theo chúng tôi khái niệm về phát triển bền vững của Ủy ban Môi trường Thế giới là đầy đủ. Với bất cứ một quá trình phát triển nào cũng phải đặc biệt chú ý đến tính bền vững, có như vậy thì phát triển mới lâu dài và ổn định.

### ***1.1.3. Đặc điểm phát triển ngành hàng nấm ăn***

Trên cơ sở khái niệm về ngành hàng nói chung, với điều kiện của Việt Nam hiện nay, ngành hàng nấm ăn mới chỉ phát triển được 5/16 loại nấm ăn với quy mô tổ chức sản xuất, sản lượng và cơ cấu mùa vụ nấm ăn chỉ mang tính nhỏ lẻ, manh mún từ khâu sản xuất đến chế biến, phân phối và tiêu dùng. Mặc dù trong thời gian với sự nỗ lực của các nhà khoa học, cơ quan quản lý và chính quyền địa phương đã có những thay đổi mạnh mẽ nhưng vẫn không đáp ứng được nhu cầu của thị trường trong và ngoài nước.

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, khi Việt Nam đã trở thành thành viên chính thức của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) và từng bước tham gia đàm phán hiệp định thương mại xuyên Thái Bình Dương thì các hàng rào thuế quan đã dần được dỡ bỏ; đồng thời các hàng rào kỹ thuật của các nước ngày càng xiết chặt. Ngành hàng nấm ăn có nhiều cơ hội phát triển nhưng cũng phải đối mặt với

những thách thức mới như: tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm các loại nấm ăn, nguồn gốc xuất xứ, phương thức tổ chức sản xuất, giá cả và tính ổn định trong nguồn cung ứng... Ngoài ra, ngành hàng nấm ăn phải cạnh tranh với các sản phẩm của các nước trong khu vực có truyền thống phát triển ngành hàng với trình độ khoa học và công nghệ tiên tiến hơn. Do vậy, ngành hàng nấm ăn cần phải nhanh chóng nâng cao năng lực cạnh tranh thì mới phát triển và đáp ứng được nhu cầu thị trường trong nước và quốc tế như: đầu tư chuyên môn hóa trong từng khâu sản xuất; mở rộng quy mô sản xuất trên cơ sở quy hoạch phát huy lợi thế của từng địa phương; đa dạng hóa chủng loại sản phẩm nấm, tập trung vào những chủng loại nấm mang tính chất đặc trưng và có lợi thế để tạo ra sản phẩm có giá trị gia tăng cao... Các tác nhân tham gia trong ngành hàng phải chủ động liên kết tạo thành sức mạnh đáp ứng yêu cầu phát triển. Từ những thảo luận quan niệm trên, có thể hiểu rằng: *Phát triển ngành hàng nấm ăn là sự thay đổi tăng lên về quy mô, sản lượng và hoàn thiện về quan hệ giữa các tác nhân trong ngành hàng, bao gồm từ người sản xuất đến người tiêu dùng cuối cùng và sự hoàn thiện về liên kết giữa các khâu, các lĩnh vực và giải quyết hài hòa lợi ích các tác nhân trong ngành hàng nấm ăn.*

#### ***1.1.4. Nội dung phát triển ngành hàng nấm ăn***

Từ phân tích khái niệm và bản chất của phát triển ngành hàng nấm ăn, nội dung nghiên cứu ngành hàng nấm ăn là tập trung nghiên cứu hoạt động của các tác nhân tham gia với các yếu tố ảnh hưởng đến làm phát triển tăng lên về quy mô, sản lượng và hoàn thiện về cơ cấu gồm:

##### ***1.1.4.1. Tăng cường các điều kiện phát triển ngành hàng nấm ăn***

Phát triển sản xuất nấm ăn phụ thuộc vào một số nguồn lực cơ bản như: con người, cơ sở hạ tầng nhà xưởng, khả năng về vốn, trang thiết bị, công nghệ, năng lực tổ chức sản xuất. Sản phẩm nấm ăn của vùng có thể cạnh tranh được với các nước trong khu vực sẽ phụ thuộc vào khả năng, chất lượng và trình độ sử dụng các nguồn lực (lao động, đất đai, vốn sản xuất, tổ chức sản xuất).

\* *Lao động* (bao gồm số lượng, kỹ năng và khả năng tiếp cận thông tin của người lao động) có vai trò quyết định khả năng tiếp cận và ứng dụng tiến bộ kỹ



thuật vào sản xuất nấm ăn. Kiến thức về khoa học, công nghệ và thị trường được coi là các yếu tố đầu vào cao cấp và chuyên biệt, cung cấp nền tảng lâu dài và quyết định cho việc phát triển bền vững của ngành hàng.

\* *Cơ sở hạ tầng nhà xưởng*: là nguồn lực quan trọng, là tư liệu sản xuất không thể thiếu của các cơ sở sản xuất nấm ăn. Quy mô sản xuất của các cơ sở có ảnh hưởng đến việc trang bị máy móc, ứng dụng khoa học công nghệ, liên kết trong sản xuất, tiêu thụ và tiếp cận thông tin kiến thức.

\* *Vốn sản xuất*: Quy mô, cơ cấu vốn đầu tư cho sản xuất nấm ăn và phương pháp đầu tư là yếu tố đầu vào cơ bản và cần thiết để phát triển ngành hàng nấm ăn phát huy hết tiềm năng và lợi thế của vùng.

\* *Tổ chức sản xuất và quy trình sản xuất*

Tổ chức sản xuất là các phương pháp, các kỹ thuật kết hợp các yếu tố của quá trình sản xuất một cách hiệu quả. Tổ chức sản xuất nấm ăn bao gồm các công đoạn như chọn tạo giống, trồng, chăm sóc, thu hái và thu gom sơ chế sản phẩm nấm ăn. Việc áp dụng nghiêm ngặt quy trình sản xuất trong tất cả các khâu là yếu tố nền tảng quan trọng để bảo đảm hiệu quả bền vững và chất lượng sản phẩm. Sản xuất nấm ăn được sản xuất theo mô hình nào đi chăng nữa (nông hộ, trang trại, hợp tác xã, doanh nghiệp) nhưng nếu tổ chức sản xuất và quy trình sản xuất không tốt thì hiệu quả và chất lượng nấm ăn sẽ không bảo đảm và ảnh hưởng đến phát triển bền vững.

- *Chọn tạo giống*: Giống nấm được coi là yếu tố quan trọng quyết định năng suất, chất lượng và hiệu quả sản xuất nấm ăn. Việc sử dụng các chủng loại giống nấm trong cơ cấu mùa vụ sẽ phát huy được thế mạnh của từng chủng loại giống nấm, đảm bảo cho sản xuất có năng suất và chất lượng nấm tối ưu nhất.

- *Quy trình công nghệ nuôi trồng nấm ăn bao gồm*: kỹ thuật xử lý nguyên liệu đầu vào, công thức phối trộn phụ gia làm giá thể, chăm sóc, thu hái và bảo quản nấm ăn. Trong đó kỹ thuật xử lý nguyên liệu và công thức phối trộn phụ gia làm giá thể là những nhân tố ảnh hưởng lớn đến giá thành và chất lượng sản phẩm nấm ăn. Việc thu hái sản phẩm nếu không tuân thủ theo quy trình, đặc biệt vấn đề thu hái kết hợp với bảo quản làm giảm sản lượng và chất lượng sản phẩm kém.

- *Kỹ thuật sơ chế nấm ăn*: Sơ chế nấm ăn phục vụ cho bảo quản làm nguyên liệu cho các nhà máy chế biến. Ở Việt Nam sơ chế nấm ăn được thực hiện bằng 2 phương pháp sấy khô và muối. Mỗi phương pháp sơ chế có ưu, nhược điểm phù hợp với các loại hình tổ chức sản xuất và từng chủng loại nấm khác nhau.

#### *1.1.4.2. Hoạt động của các tác nhân tham gia ngành hàng*

\* *Các cơ sở sản xuất nấm ăn*: tùy theo từng địa phương và điều kiện sản xuất kinh doanh khác nhau mà các cơ sở sản xuất nấm ăn có thể là các hộ nông dân, trang trại, hợp tác, công ty trực tiếp sản xuất. Sản xuất nấm ăn được thực hiện theo từng khâu và chuyên môn hóa rất cao. Tuy nhiên, trong điều kiện phương thức tổ chức sản xuất của chúng ta còn lạc hậu và manh mún, do đó đề tài này tập trung nghiên cứu việc sản xuất của các cơ sở từ khâu đầu đến khâu ra sản phẩm nấm tươi

\* *Cơ sở thu gom, sơ chế nấm ăn*: đây là một tác nhân trung gian chỉ tồn tại trong điều kiện kinh doanh nhỏ lẻ, khối lượng sản phẩm hàng hóa nhỏ. Họ gom nấm ăn để sơ chế bảo quản và cung ứng cho các thương lái đi phân phối bán buôn tại chợ đầu mối nông sản, các thị trường đông dân cư và các thành phố lớn.

\* *Người bán buôn*: tác nhân này làm nhiệm vụ bán buôn nấm tươi và nấm sơ chế (chủ yếu là các loại nấm sấy khô như: nấm sò khô, nấm rơm khô, mộc nhĩ khô), có thể là các hộ gia đình, có thể là các công ty, doanh nghiệp...chủ yếu phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng nội địa. Ở Việt Nam nói chung và vùng đồng bằng sông Hồng nói riêng tác nhân này có thể chính là hộ sản xuất nấm hoặc những hộ chuyên mua nấm để bán lại cho các điểm bán lẻ hoặc cho các cơ sở tiêu thụ nấm tươi nhiều như nhà hàng, khách sạn...

\* *Người bán lẻ*: tác nhân này thường chỉ tồn tại ở những quốc gia đang hoặc chậm phát triển mà hầu như không tồn tại ở các nước có nền kinh tế phát triển, hệ thống phân phối sản phẩm ở các siêu thị đã hoàn toàn đáp ứng người tiêu dùng.

Tuy nhiên, tùy từng địa phương, khu vực mà số tác nhân và thành viên trong từng tác nhân có sự biến động. Trong điều kiện sản xuất quy mô lớn, hệ thống lưu thông phân phối tốt, các tác nhân trung gian sẽ giảm dần và có thể một số tác nhân trung gian sẽ không còn tồn tại. Từ tác nhân sơ chế và bảo quản, trên thực tế còn có thể qua các khâu trung gian như bán buôn, bán lẻ nhiều cấp độ mới đến được người

tiêu dùng cuối cùng. Ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay, khối lượng nấm tươi chế biến còn hạn chế do nguồn cung nấm tươi chưa đủ cho tiêu dùng nội địa nên đề tài chưa đề cập đến các sản phẩm nấm chế biến mà chỉ đề cập đến sản phẩm nấm sơ chế qua hình thức sấy khô như nấm sò khô, mộc nhĩ khô.

Ngoài ra, khi phân tích ngành hàng cần phải xem xét đến đối tượng tiêu dùng, bởi chính đây là luồng thông tin phản hồi về chất lượng sản phẩm dịch vụ và nó có tính chất quyết định sự thành bại của từng dòng sản phẩm dịch vụ trong ngành hàng. Đối với ngành hàng nấm ăn, người tiêu dùng tồn tại ở tất cả các quốc gia có tiêu dùng nấm ăn, nhất là các nước có trình độ khoa học công nghệ phát triển. Họ mua các sản phẩm nấm tươi hoặc chế biến từ những người bán lẻ hoặc hệ thống siêu thị để sử dụng cho gia đình mình. Tùy theo nhu cầu và mức độ tiêu dùng của người dân mà các sản phẩm được cung ứng theo từng dạng khác nhau.

#### *1.1.4.3. Xây dựng cơ chế quản lý và đề xuất chính sách hỗ trợ*

Đối với những nước phát triển, có nền kinh tế thị trường tổ chức vận hành ngành hàng chỉ tập trung vào một số công ty với mức độ công nghiệp và chuyên môn hóa cao, nên dễ dàng hơn trong công tác tổ chức, điều hành hoạt động của ngành hàng. Đối với các quốc gia còn lại trong đó có Việt Nam, tổ chức và điều hành hoạt động của ngành hàng nấm ăn gặp rất nhiều khó khăn. Hệ thống cơ chế chính sách có liên quan đến từng tác nhân có nhiều nhưng vẫn còn chung chung hoặc áp dụng cho cả các ngành hàng nông sản khác, do đó tính khả thi chưa cao. Ngoài ra, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn là cơ quan tham mưu cho Ủy ban nhân dân tỉnh các địa phương nhưng lại là cơ quan quản lý nhà nước địa phương chỉ đạo sản xuất nông nghiệp và làm đầu mối phối hợp chung để xây dựng cơ chế, chính sách nên gặp rất nhiều khó khăn, hạn chế và bất cập.

#### *1.1.5. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển ngành hàng nấm ăn*

Ngành hàng nấm ăn không thể tồn tại và phát triển nếu thiếu các tác nhân khác mang tính chất hỗ trợ, nhiều khi đóng vai trò quyết định đối với sự tồn tại và phát triển của mỗi tác nhân. Cũng như nhiều ngành hàng nông sản nói chung, ngành hàng nấm ăn nói riêng chịu ảnh hưởng của 2 nhóm nhân tố:

- Thứ nhất là nhóm nhân tố bên trong: bao gồm các yếu tố như liên kết giữa các tác nhân, nguồn lực, phân chia lợi ích kinh tế và luồng thông tin phản hồi.

- Thứ hai là nhóm nhân tố bên ngoài: bao gồm đầu vào của sản xuất nấm ăn (giống nấm, vật tư, hóa chất chuyên dùng, nguyên vật liệu,...), cơ chế chính sách và nhóm nhân tố khác như: dịch vụ khoa học kỹ thuật, cơ sở hạ tầng của địa phương, hội nhập kinh tế quốc tế, thị trường tiêu thụ sản phẩm...

Nghiên cứu được ảnh hưởng của từng nhân tố có ý nghĩa quan trọng đối với phát triển của ngành hàng nấm ăn, trên cơ sở đó đề xuất các nhóm giải pháp phù hợp có tính khả thi. Mức độ ảnh hưởng của các nhân tố bên ngoài đối với từng tác nhân cũng khác nhau, nhưng thông thường tác nhân người sản xuất nấm (bao gồm cả hộ gia đình, các tổ chức kinh tế khác) là chịu ảnh hưởng nhiều nhất, bởi vì đối tượng mà họ tác động vào là một vi sinh trong ngành thực vật cần phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy trình công nghệ nhưng lại chịu ảnh hưởng nhiều của thiên nhiên nên rất dễ gặp rủi ro trong quá trình tổ chức sản xuất. Có những nhân tố ảnh hưởng trực tiếp đến một số tác nhân hoặc toàn bộ ngành hàng. Đặc biệt là hệ thống cơ chế chính sách ít trường hợp chỉ tác động đến một tác nhân duy nhất. Mối liên hệ tổng quát các yếu tố bên trong và các yếu tố bên ngoài đối với ngành hàng nấm ăn thể hiện qua sơ đồ 1.3.

#### *1.1.5.1. Nhóm nhân tố bên trong*

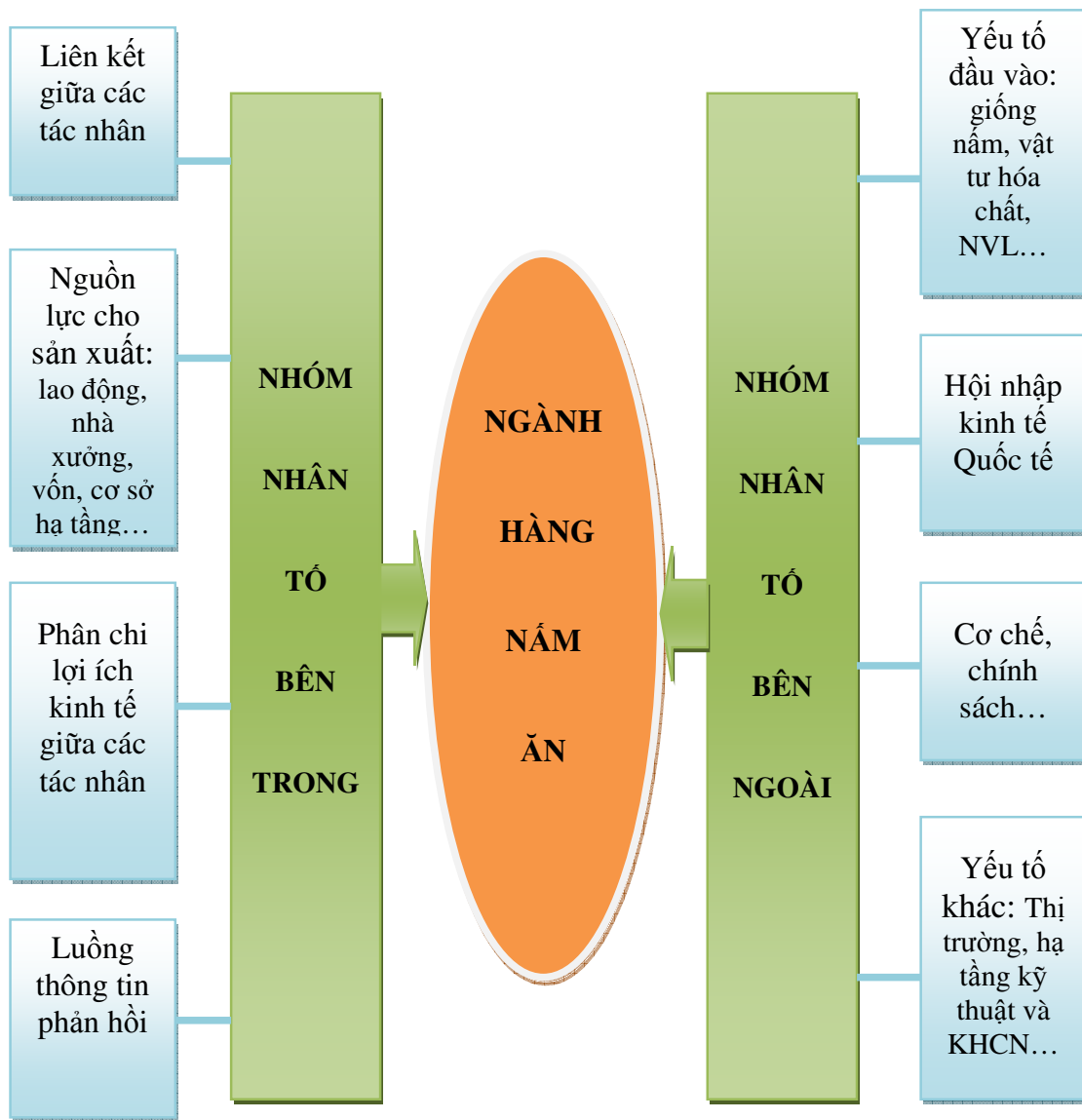
##### **\* Liên kết giữa các tác nhân**

Có hai môi liên kết chính: liên kết giữa các thành viên trong từng tác nhân và liên kết giữa các tác nhân với nhau. Nếu sự liên kết được củng cố, bền chặt sẽ tạo được sức mạnh có tính chất hỗ trợ nhau, chia sẻ rủi ro khi gặp những điều kiện bất lợi. Nếu có sự liên kết chặt chẽ, ở mức cao là các hợp đồng sẽ mang lại những lợi ích đáng kể về mặt kinh tế (Nguyễn Tuấn Sơn, 2009).

##### **\* Nguồn lực**

Nguồn lực được đề cập ở đây là điều kiện thực tế của các tác nhân, đó là lao động đã được tập huấn cơ bản, cơ sở vật chất, vốn và các dịch vụ kỹ thuật phụ trợ khác. Chẳng hạn, đối với tác nhân các cơ sở sản xuất nấm, nếu không được trang bị

kiến thức cơ bản về quy trình công nghệ thì rất khó có thể thành công trong sản xuất nấm, khả năng thất bại là rất lớn. Khi thiếu các điều kiện cần thiết có thể còn một giải pháp thay thế đó là thuê chuyên gia kỹ thuật để hướng dẫn sản xuất (hay thường được gọi là thuê chuyên gia công nghệ) nhưng điều đó có thể giảm thu nhập của tác nhân đó đi rất nhiều. Ngoài ra, năng lực của các cơ sở nói chung cũng có ảnh hưởng nhiều đến các quyết định trong sản xuất của họ đặc biệt là các dòng sản phẩm mới đang phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng.



**Sơ đồ 1.3. Một số nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến ngành hàng nấm ăn**

### **\* Phân chia lợi ích kinh tế**

Lợi ích kinh tế của ngành hàng nấm ăn là tổng lợi ích từ khâu sản xuất đến khâu tiêu thụ sản phẩm cuối cùng, trong đó mỗi tác nhân đóng góp vào chuỗi giá trị này và được hưởng lợi ích từ đó. Nếu sự phân chia lợi ích bảo đảm hài hòa sẽ là động lực tốt để phát triển ổn định ngành hàng, ngược lại nếu sự phân chia này bất hợp lý sẽ là yếu tố cản trở đối với sự phát triển của ngành hàng nấm ăn.

### **\* Luồng thông tin phản hồi**

Vấn đề này trước đây ít được đề cập, thông thường người ta chỉ quan tâm đến luồng thông tin xuôi tức là từ tác nhân sản xuất nấm cho đến hộ tiêu dùng cuối cùng. Tuy nhiên, thực tế lại luôn tồn tại luồng thông tin ngược. Nếu luồng thông tin phản hồi bảo đảm kịp thời và mang tính chất xây dựng sẽ giúp cho các tác nhân có liên quan ứng xử tốt hơn với thị trường và ra những quyết định hợp lý cho việc triển khai tổ chức các dòng sản phẩm nấm phù hợp với nhu cầu tiêu dùng hơn.

#### *1.1.5.1. Nhóm nhân tố bên ngoài*

### **\* Yếu tố đầu vào**

Trong ngành hàng nấm ăn yếu tố đầu vào của tác nhân sản xuất nấm được cho là vô cùng quan trọng, nó quyết định đến tính ổn định và phát triển của cả chuỗi giá trong ngành hàng nấm ăn. Đối với tác nhân sản xuất nấm, đa số các yếu tố đầu vào đều sẵn có và tận dụng của các ngành nông – lâm – công nghiệp đưa vào sản xuất. Tuy nhiên, đối với tác nhân đầu tiên này lại phụ thuộc vào yếu tố giống nấm bởi vì các cơ sở sản xuất nấm ăn thông thường thì không thể chủ động sản xuất được giống nấm và giống nấm thương phẩm không bảo quản hay dự trữ được như các loại cây trồng khác nên khi sản xuất phải có tính kế hoạch rất cao. Song hành với giống nấm là yếu tố khoa học kỹ thuật (chất lượng lao động được đào tạo, cán bộ chuyên gia kỹ thuật chỉ đạo sản xuất), bởi đây chính là yếu tố chiếm tỷ trọng lớn trong giá thành sản phẩm nấm và quyết định đến thành công của quá trình tổ chức sản xuất nấm ăn. Ngoài ra, các chi phí khác như nguyên vật liệu, năng lượng... cũng có ảnh hưởng nhất định đến quá trình sản xuất. Chẳng hạn, nếu chất lượng nguyên liệu đầu vào (rơm rạ, mùn cưa, bông phế loại, phụ gia) cho sản xuất không

ổn định thì ảnh hưởng đến năng suất và chất lượng của năm ăn cho các cơ sở sản xuất, từ đó ảnh hưởng đến kết quả và hiệu quả kinh tế sản xuất năm ăn, đặc biệt là những cơ sở sản xuất có quy mô lớn.

Ngành hàng năm ăn không phải đầu tư, chi phí quá lớn nên nhu cầu vốn phục vụ cho quá trình sản xuất trong giai đoạn hiện nay là chưa cao, bởi vì chủ yếu là tận dụng các điều kiện sẵn có trong các nông hộ như nguyên liệu chính, lao động, phụ gia... Tuy nhiên trong giai đoạn tới muốn để ngành hàng năm ăn phát triển ổn định và bền vững thì cần phải tập trung đầu tư vào công tác cơ giới hóa, chuyên môn hóa cho từng khâu sản xuất, hạn chế tình trạng phụ thuộc vào điều kiện tự nhiên. Do vậy, nhu cầu về vốn sẽ cần phải được tháo gỡ và đây cũng chính là yếu tố ảnh hưởng rất lớn đến ngành hàng vì đại bộ phận những đối tượng tham gia sản xuất lại là các nông hộ nên việc vay vốn từ các tổ chức tín dụng sẽ rất khó khăn. Vì vậy, nếu lãi suất tiền vay cao, cơ chế tiếp cận được với nguồn vốn vay phức tạp hoặc chính sách tín dụng không ổn định sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến việc mở rộng quy mô sản xuất và giảm lợi nhuận trong các cơ sở sản xuất kinh doanh.

#### **\* Hội nhập kinh tế quốc tế**

Từ khi nước ta chính thức được gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) năm 2006 đã mở ra nhiều cơ hội nhưng cũng kèm theo những thách thức không nhỏ đối với hoạt động sản xuất kinh doanh của các ngành hàng nói chung và các ngành hàng nông sản nói riêng. Đối với ngành hàng năm ăn ở những quốc gia phát triển, ngành hàng năm ăn đã công nghiệp hóa với trình độ chuyên môn hóa cao hơn hẳn so với các nước đang và chậm phát triển như năng suất – chất lượng sản phẩm – chế biến – tiêu thụ và đặc biệt là công tác kiểm soát vệ sinh an toàn thực phẩm. Từ đó đã làm gia tăng chuỗi giá trị toàn cầu và họ được hưởng lợi lớn. Khi hàng rào thuế quan ở mức rất thấp hoặc dỡ bỏ thì sẽ xảy ra nguy cơ rất cao đối với sự phát triển của ngành hàng năm ăn, trong đó có Việt Nam, bởi vì các nước phát triển sẽ sử dụng và kiểm soát hàng rào kỹ thuật từng bước thay thế cho hàng rào thuế quan. Chính vì vậy, các quốc gia còn hạn chế về quy mô đầu tư, về trình độ khoa học kỹ thuật, chưa có nhiều kinh nghiệm quản lý trong cơ chế thị trường và

hội nhập càng cần phải có sự nỗ lực cao, tính toán các kịch bản có thể xảy ra để chủ động trong sản xuất kinh doanh và có những quyết định hợp lý.

#### **\* Cơ chế, chính sách**

Chính sách có thể ảnh hưởng trực tiếp đến ngành hàng nấm ăn, có thể là yếu tố thúc đẩy, cũng có thể là yếu tố kìm hãm hoạt động và lợi ích của các tác nhân. Ví dụ chính sách đầu tư nhà xưởng, trang thiết bị trồng nấm, hỗ trợ giống và khoa học kỹ thuật có thể thúc đẩy sản xuất phát triển; chính sách tăng thuế nhập khẩu trang thiết bị, công nghệ, vật tư chuyên dùng hoặc các hàng rào phi thuế quan có thể gây thiệt hại cho những tác nhân có liên quan. Mỗi quốc gia đều xây dựng hệ thống chính sách riêng, tùy từng giai đoạn và với mục tiêu điều tiết khác nhau. Tuy nhiên, có một điều chung là ban hành và vận dụng chính sách vào thực tiễn sản xuất thường có độ trễ và sự lạc hậu của chính sách, đặc biệt là đối với những quốc gia có điều kiện sản xuất, hạ tầng cơ sở còn nhiều hạn chế như Việt Nam hiện nay.

#### **\* Các yếu tố khác**

- Thị trường: quan hệ cung cầu ngày càng đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển ngành hàng nấm ăn, đặc biệt trong giai đoạn hiện nay cung không đủ cầu. Theo thống kê của Cục Trồng trọt - Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tại Hội nghị “Thực trạng và giải pháp phát triển ngành nấm khu vực phía Bắc” ngày 22/9/2011, hiện nay chúng ta mới chỉ sản xuất một số loại nấm ăn có giá trị kinh tế thấp, còn lại 80% sản lượng các loại nấm cao cấp phải nhập khẩu từ các nước có sản lượng lớn như Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc và vùng lãnh thổ Đài Loan (Cục Trồng trọt, 2011). Tuy nhiên, không chỉ quan tâm đến quan hệ cung - cầu - giá cả, vấn đề lưu thông phân phối, chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm cũng đặc biệt quan trọng do một tỷ lệ lớn sản phẩm nấm cao cấp người tiêu dùng ưa chuộng là sản phẩm tươi sống nhập khẩu chưa qua chế biến rất khó kiểm soát về chất lượng như tỷ lệ chất bảo quản, dư lượng chất kích thích sinh trưởng.

- Hạ tầng cơ sở: điều kiện cơ sở vật chất có vai trò rất quan trọng đối với hoạt động của mỗi tác nhân, ở đây đề cập chủ yếu đến hệ thống giao thông, điện và thông tin liên lạc. Yếu tố này đóng vai trò rất lớn trong lưu thông phân phối. Với



những vùng điều kiện còn gặp nhiều khó khăn như vùng sâu, vùng xa, chắc chắn ngành hàng nấm ăn rất khó phát triển mà cản trở lớn nhất là chi phí lưu thông tăng lên rất cao và tỷ lệ hao hụt lớn làm tăng giá thành sản phẩm, nhiều khi còn cao hơn giá bán dẫn đến thua lỗ là điều dễ hiểu. Vấn đề nâng cấp hạ tầng của một vùng không hề đơn giản vì chi phí đầu tư đòi hỏi phải huy động nguồn vốn rất lớn.

- Khoa học công nghệ và chuyên gia: ngày nay yếu tố này đóng vai trò rất quan trọng đối với sự phát triển của các ngành hàng nói chung, ngành hàng nấm ăn nói riêng với đặc thù là loại vi sinh vật cần phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy trình công nghệ như nấm ăn. Kết quả và hiệu quả của toàn ngành hàng nấm có sự đóng góp rất lớn của khoa học công nghệ như: giống, quy trình kỹ thuật, ứng dụng công nghệ thiết bị..., chỉ có sản xuất theo quy mô công nghiệp thay thế sản xuất manh mún, nhỏ lẻ và truyền thống mới có tạo ra cuộc cách mạng về năng suất - chất lượng - hiệu quả trong sản xuất - chế biến - tiêu thụ nấm như hiện nay ở Việt Nam.

- Điều kiện ngoại cảnh: khi gặp bất lợi về điều kiện ngoại cảnh đặc biệt là những hiểm họa thiên nhiên, đặc biệt là vấn đề biến đổi khí hậu toàn cầu ảnh hưởng đến Việt Nam, ngành hàng nấm ăn rất khó có giải pháp ứng phó hữu hiệu và thường phải chịu thua thiệt lớn. Sản phẩm chủ lực của ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng là nấm mỡ lại chịu nhiều ảnh hưởng rõ rệt nhất từ điều kiện thiên nhiên nói trên. Tuy nhiên, không phải không có giải pháp khắc phục cho vấn đề này nhưng đều dẫn đến đội giá thành, giảm hiệu quả trong sản xuất kinh doanh nấm ăn.

Như vậy, có thể khẳng định rất nhiều yếu tố ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến phát triển ngành hàng nấm ăn. Trong số các tác nhân trực tiếp tham gia ngành hàng này, tác nhân sản xuất nấm ăn là chịu ảnh hưởng nhiều nhất bởi các yếu tố bên ngoài, các tác nhân khác chịu ảnh hưởng với mức độ khác nhau nhưng nhìn chung ở mức thấp hơn so với tác nhân sản xuất.

## **1.2. Cơ sở thực tiễn**

### **1.2.1. Tình hình phát triển ngành hàng nấm ăn một số nước trên thế giới**

#### **1.2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển ngành hàng nấm ăn**

Ngành sản xuất nấm ăn đã hình thành và phát triển trên thế giới từ hàng trăm

năm. Hiện nay người ta đã biết có khoảng 2.000 loài nấm ăn được, trong đó có 80 loài nấm ăn ngon và được nghiên cứu nuôi trồng nhân tạo (Trịnh Tam Kiệt, 2011). Việc nghiên cứu và sản xuất nấm ăn trên thế giới ngày càng phát triển mạnh mẽ, nó đã trở thành một ngành công nghiệp thực phẩm thực thụ. Năm 2008, sản lượng nấm ăn nuôi trồng trên toàn thế giới đạt trên 25 triệu tấn nấm tươi (Cục Trồng trọt, 2011).

Ở châu Âu, Bắc Mỹ trồng nấm đã trở thành một ngành công nghiệp lớn được cơ giới hoá toàn bộ nên năng suất và sản lượng rất cao. Các loại nấm được nuôi trồng chủ yếu là nấm mỡ, nấm sò theo quy mô dây chuyền công nghiệp chuyên môn hoá cao độ: có nhà máy chuyên xử lý nguyên liệu 7.000 tấn compost/1 tuần đã sử dụng robot trong các khâu nuôi trồng chăm sóc và thu hái nấm. Năm 1983 ở Pháp sản xuất 200.000 tấn nấm mỡ tươi, nhưng chỉ có hơn 6.000 người. Nhiều nước ở Châu Á, trồng nấm còn mang tính chất thủ công, năng suất không cao, nhưng sản xuất gia đình, trang trại với số đông nên tổng sản lượng rất lớn chiếm 70% tổng sản lượng nấm ăn toàn thế giới. Các nước Đông Bắc Á như Hàn Quốc, Nhật Bản và vùng lãnh thổ Đài Loan áp dụng các kỹ thuật tiên tiến và công nghiệp hoá trong nghề nấm đã có mức tăng trưởng hàng trăm lần trong vòng 10 năm. Nhật Bản có nghề trồng nấm truyền thống là nấm hương - Donko tên tiếng Nhật là Shiitake, mỗi năm đạt gần 1 triệu tấn. Hàn Quốc nổi tiếng với nấm Linh chi mỗi năm xuất khẩu thu về hàng trăm triệu USD. Ở Trung Quốc từ những năm 1960 bắt đầu trồng nấm có áp dụng các biện pháp cải tiến kỹ thuật nên năng suất tăng gấp 4 - 5 lần và sản lượng tăng vài chục lần. Tổng sản lượng nấm ăn của Trung Quốc năm 2010 đạt 21,5 triệu tấn. Hàng năm Trung Quốc xuất khẩu hàng triệu tấn nấm sang các nước phát triển thu về nguồn ngoại tệ hàng tỷ đô la.

Nhìn chung nghề trồng nấm phát triển mạnh và rộng khắp, nhất là trong 20 năm gần đây. Theo đánh giá của các nhà khoa học về nấm ăn trên quốc tế có thể sử dụng khoảng 250 loại phế phụ liệu của nông lâm nghiệp để trồng nấm đem lại nhiều lợi ích kinh tế xã hội. Sản xuất nấm đem lại nguồn thực phẩm, tạo việc làm tại chỗ, vệ sinh môi trường đồng ruộng chống lại việc đốt rơm, đốt phá rừng, tạo ra nguồn phân bón hữu cơ cho cải tạo đất, góp phần tích cực vào chu trình chuyển hoá vật chất (Nguyễn Hữu Đống và cs., 2010).

### *1.2.1.2. Phát triển ngành hàng nấm ăn ở một số nước trên thế giới*

#### **\* Trung Quốc**

Nghề trồng nấm cũng hình thành và phát triển rất sớm ở Trung Quốc nhưng quy mô và sản lượng chưa nhiều, song vào những năm 80 của thế kỷ trước do sự ảnh hưởng mạnh mẽ của vùng lãnh thổ Đài Loan nên một số địa phương của Trung Quốc cũng hình thành và phát triển nấm theo mô hình làng nghề kết hợp với các xí nghiệp Hương Trán, điển hình là tỉnh Phúc Kiến. Trung Quốc cũng áp dụng những biện pháp khuyến khích nhằm thúc đẩy ngành sản xuất nấm ăn đầy tiềm năng của mình như: trợ giá đầu vào cho sản xuất; khuyến khích đầu tư chế biến và xuất khẩu; giảm thuế xuất khẩu đối với mặt hàng nông sản; hoàn thuế xuất khẩu đối với các mặt hàng nấm. Kết quả sau một thời gian áp dụng các chính sách khuyến khích, Trung Quốc đã vươn lên thành quốc gia chiếm 60% sản lượng và đứng đầu thế giới, riêng tỉnh Phúc Kiến chiếm khoảng 26,67% cả nước và 6,4% toàn thế giới. Hàng loạt các cơ sở nghiên cứu và đào tạo chuyên ngành về nấm được đầu tư và phát triển tại các tỉnh có nghề trồng nấm phát triển. Những năm gần đây do tốc độ đô thị hoá cao nên vùng nguyên liệu để trồng nấm đã một ngày cạn kiệt, Trung Quốc đã phải dung kỹ thuật “*Khuẩn thảo học*” để trồng nấm nghĩa là dùng các loại cỏ, cây thân thảo thay cho gỗ rừng và nguồn nguyên liệu tự nhiên ngày càng cạn kiệt. Dịch chuyển dần các vùng nguyên liệu trồng nấm sang một số nước trong khu vực có nghề trồng nấm mới khôi phục và phát triển trong đó có Việt Nam và tiến hành chế biến các sản phẩm tinh chất cao cấp hơn như thuốc tiêm, thuốc uống tăng lực chiết xuất từ nấm. Các cơ sở sản xuất trong các làng nghề được đầu tư theo hướng công nghiệp hoá và chuyên môn hoá cao từ khâu xử nguyên liệu đầu vào đến chế biến các sản phẩm cuối cùng của nấm ăn (Cục Trồng trọt, 2011).

#### **\* Thái Lan**

Nghề trồng nấm trong nông thôn cũng được chú trọng phát triển nhằm giải quyết lao động nông nhàn, tăng thu nhập cho nông hộ, phục vụ nguồn dinh dưỡng cao cấp cho các khu du lịch của Thái Lan. Với những lợi thế về nguyên liệu, lao động và thị trường tiêu thụ sản phẩm, Thái Lan có chủ trương phát triển nghề trồng

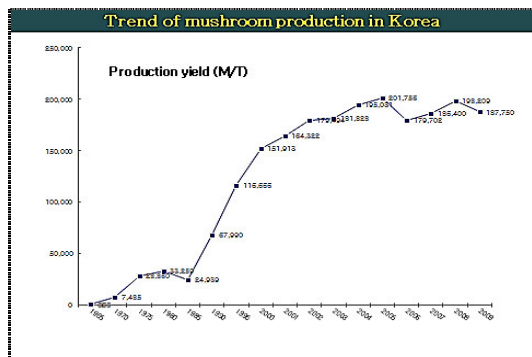
nấm theo mô hình kiểu làng nghề sản xuất tập trung như các làng nghề truyền thống khác tạo vùng nguyên liệu ổn định và phát huy tối đa công suất của các nhà máy chế biến nông sản. Từ những kết quả phát triển làng nghề nấm, Thái Lan đã nổi lên thành nước có sản lượng nấm nhiều nhất trong khu vực và thu hút các nhà đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực nghiên cứu và phát triển sản xuất nấm. Đồng thời trong các làng nghề nhiều cơ sở sản xuất đã được đầu tư theo hướng công nghiệp tạo ra các sản phẩm nấm cao cấp có giá trị kinh tế cao (Cục Trồng trọt, 2011).

#### **\* Hàn Quốc**

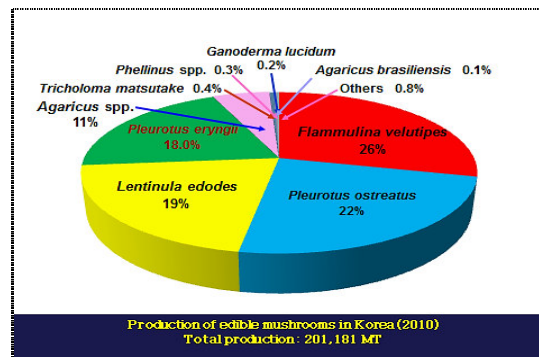
Theo báo cáo của Tổng cục Phát triển nông thôn Hàn Quốc, ngành nấm của Hàn Quốc đã phát triển từ những năm 1950 - 1960, đến khoảng 1970 nấm chủ yếu sản xuất trên nguyên liệu bằng rơm rạ. Từ năm 1990 được sản xuất theo hướng công nghiệp, bao bì để trồng nấm chủ yếu bằng túi nilon từ năm 1994 và bằng chai lọ từ năm 1996. Hầu hết nấm được sản xuất trong nhà lạnh với nhiệt độ khác nhau tùy theo từng loại, các cơ sở sản xuất nấm đều được tự động hoá ở tất cả các khâu: trộn nguyên liệu, đưa nguyên liệu vào bao bì, khử trùng, cấy giống, đưa vào phòng nuôi, thu hoạch và đóng gói, chế biến. Về sản lượng nấm được sản xuất ra hàng năm đạt trên 200 ngàn tấn nấm các loại. Tổng sản phẩm khoảng 776 tỷ Won năm 2008, chiếm 3% tổng giá trị sản phẩm ngành nông nghiệp. Nghề nấm của Hàn Quốc trước đây từ chỗ nhập khẩu là chính nay có tỷ trọng xuất khẩu tăng và chiếm ưu thế cao hơn và chủ yếu là xuất khẩu cho Trung Quốc, Nhật Bản, Mỹ và Hồng Kông..., năm 2009 giá trị xuất khẩu đạt 43 triệu đôla Mỹ. Kết quả hoạt động của ngành nấm Hàn Quốc tại đồ thị 1.1.

Về việc nghiên cứu và phát triển sản xuất các loại nấm đã được chính quyền ở Hàn Quốc xem là một nghề sản xuất quan trọng bởi vì: nấm ăn có giá trị dinh dưỡng và còn có các hoạt chất sinh học; phế thải sau thu hoạch nấm chuyển sang làm phân hữu cơ rất tốt cho đồng ruộng, góp phần cải tạo đất và tăng năng suất đối với các loại cây trồng; sản xuất nấm rất phù hợp với nông nghiệp, nông thôn và phù hợp với khí hậu của Hàn Quốc. Chính vì vậy, Hàn Quốc đã cho hình thành hệ thống Viện nghiên cứu về nấm từ Trung ương đến các địa phương; Trung ương có Viện

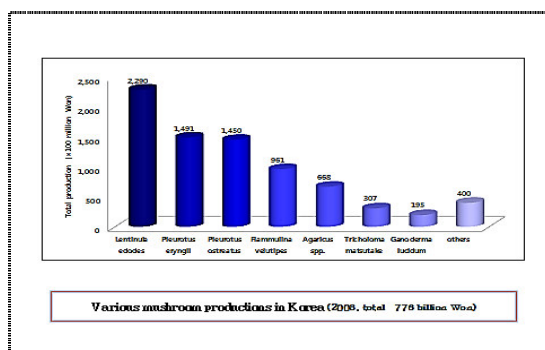
ngiên cứu nấm Quốc gia trực thuộc Tổng cục phát triển nông thôn Hàn Quốc, dưới 8 tỉnh và thành phố có 8 viện nghiên cứu nấm địa phương. Các Viện nghiên cứu chủ yếu lưu giữ nguồn gen, giống gốc, nghiên cứu cơ bản, lai tạo giống kết hợp sản xuất các loại giống đã nghiên cứu thành công sau đó chuyển giao cho các cơ sở sản xuất. Việc sản xuất giống thương phẩm là do các doanh nghiệp tư nhân, còn sản xuất nấm thương phẩm là do các trang trại của nông dân, quy mô như các nhà máy, xí nghiệp công nghiệp. Hầu hết các trang trại sản xuất nấm đều được chuyên môn hoá một loại nấm và tự động hoá ở hầu hết các khâu của quá trình sản xuất, mỗi trang trại hàng năm sản xuất hàng chục ngàn tấn và chỉ sử dụng có từ 10 đến 15 công nhân. Hiện nay, đã có trên 300 nhà máy sản xuất nấm bằng dây chuyền tự động và hàng trăm trang trại trồng nấm quy mô hộ gia đình nhỏ lẻ khác (Young, 2011).



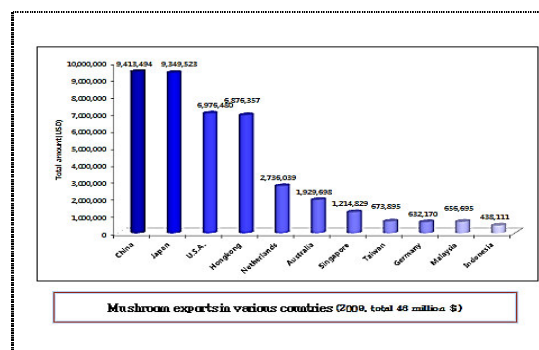
1.1.a. Sản lượng nấm giai đoạn 1960 - 2009



1.1.b. Tổng sản lượng và cơ cấu chủng loại nấm sản xuất (2010)



1.1.c. Sản lượng theo chủng loại nấm năm 2008



1.1.d. Tổng giá trị xuất khẩu năm 2009

**Đồ thị 1.1. Tổng hợp kết quả ngành hàng nấm của Hàn Quốc**

Nguồn: Young (2011)

## ***1.2.2. Tình hình phát triển ngành hàng nấm ăn ở Việt Nam***

### ***1.2.2.1. Quá trình hình thành và phát triển***

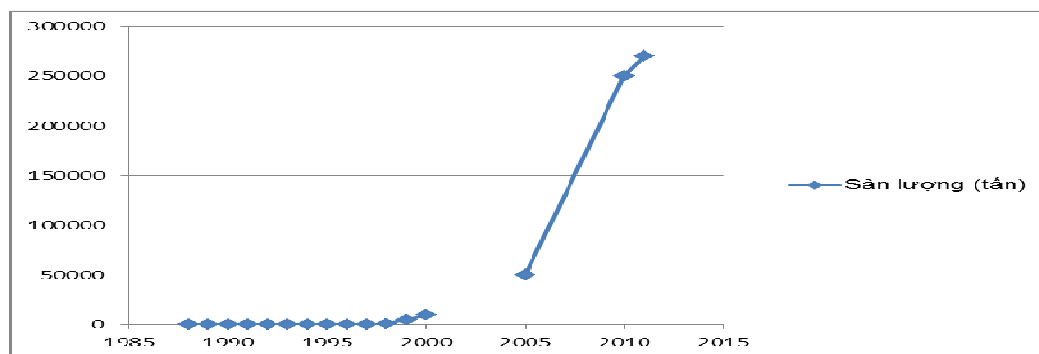
Vấn đề nghiên cứu và phát triển sản xuất nấm ăn ở Việt Nam bắt đầu từ những năm 1970. Năm 1984 thành lập Trung tâm Nghiên cứu nấm ăn thuộc Đại học Tổng hợp Hà Nội (nay là Trường Đại học Khoa học và Tự nhiên - Đại học Quốc gia Hà Nội). Năm 1985 được tổ chức FAO tài trợ và UBND Thành phố Hà Nội quyết định thành lập Trung tâm sản xuất giống nấm Thương Mai Hà Nội và sau đó đổi tên thành Công ty sản xuất giống, chế biến và xuất khẩu nấm Hà Nội. Năm 1986 tổ chức FAO tài trợ UBND Thành phố Hồ Chí Minh quyết định thành lập Xí nghiệp nấm Thành phố Hồ Chí Minh. Ngoài ra còn một số đơn vị: Công ty nấm Thanh Bình tỉnh Thái Bình, xí nghiệp nấm thuộc Tổng công ty Rau quả Vegetexco, công ty liên doanh sản xuất và chế biến nấm ở miền Nam như Công ty Meko ở Cần Thơ và Đà Lạt...

Một số đơn vị tham gia sản xuất và xuất nhập khẩu nấm: Tổng Công ty Rau quả Vegetexco, Tổng Công ty xuất nhập khẩu máy Technoimport, Unimex Hà Nội, Liên hiệp các xí nghiệp thực phẩm vi sinh Hà Nội (Công ty nấm Hà Nội), xí nghiệp nấm thành phố Hồ Chí Minh, Xí nghiệp đặc sản rừng số 1 sau đổi tên là Công ty mây tre đan Hà Nội, Công ty liên doanh chế biến thực phẩm Meko Cần Thơ... Năm 1991 – 1993, Bộ Khoa học Công nghệ và Môi trường triển khai dự án sản xuất nấm theo công nghệ Đài Loan do Công ty Unimex Hà Nội mua công nghệ từ năm 1990.

Năm 1992 - 1993, Công ty nấm Hà Nội nhập thiết bị chế biến đồ hộp và "nhà trồng nấm công nghiệp" của Italia. Thành phố Hà Nội, Unimex Quảng Ninh, tỉnh Hà Nam Ninh, Hải Hưng, Vĩnh Phú, Hà Bắc trước kia và các tỉnh Thanh Hoá, Thái Bình, Hải Phòng, Hà Tây... đã đầu tư hàng tỷ đồng cho nghiên cứu và sản xuất nấm ăn. Phong trào trồng nấm mỡ trong các năm 1988 - 1992 đã mở rộng đến hầu hết các tỉnh phía Bắc. Nhiều huyện như Tân Yên tỉnh Hà Bắc, Quỳnh Phụ tỉnh Thái Bình, tỉnh Hải Hưng,... đã có hàng ngàn hộ nông dân trồng nấm mỡ. Năm 1996 chỉ còn lại tỉnh Hà Tây, Vĩnh Phúc, Hà Nội và một vài cơ sở sản xuất nhỏ lẻ khác (Nguyễn Hữu Đồng và cs., 2010).

Ở Việt Nam, tổng sản lượng các loại nấm ăn và dược liệu năm 2011 đạt trên 270.000 tấn (Đồ thị 1.2), kim ngạch xuất khẩu đạt 90 triệu USD chủ yếu là mộc nhĩ,

nấm rơm, nấm mỡ. Ngược lại, chúng ta nhập khẩu khá nhiều loại nấm như: nấm đùi gà, nấm kim châm, trân châu, ngọc châm, linh chi, nấm hương, đông trùng hạ thảo... từ Trung Quốc, vùng lãnh thổ Đài Loan. Kể từ năm 1990, ở Việt Nam sản xuất nấm được xem là ngành mang lại hiệu quả kinh tế cao thu hút sự tham gia của nhiều hộ nông dân. Các loại nấm chính được sản xuất tại các trang trại nấm ở miền Nam là nấm mộc nhĩ, nấm rơm và nấm sò, còn ở miền Bắc bao gồm các loại nấm như nấm mỡ, nấm hương, nấm linh chi. Trong những năm qua, sản lượng nấm hàng năm đạt 150.000 tấn nấm tươi. Các vùng sản xuất nấm chính ở Việt Nam hình thành rất rõ rệt như nấm mỡ ở các tỉnh Nam Định, Ninh Bình, Thái Bình, Hưng Yên và Hà Nam; nấm rơm ở Đồng Tháp, Tây Ninh và Sóc Trăng.



**Đồ thị 1.2. Sản lượng nấm ăn giai đoạn 1988 - 2000 và 2005 - 2011**

Nguồn: Cục Trồng trọt (2011)

Thị trường tiêu thụ nấm trong nước và xuất khẩu ngày càng được mở rộng. Giá bán buôn nấm tươi tại các tỉnh, thành phố lớn như Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh, Lạng Sơn... dao động từ 15.000 - 40.000đ/kg tùy từng loại. Do nhu cầu ăn nấm của nhân dân đang ngày càng tăng nên khoảng 60% số lượng nấm được bán dưới dạng nấm tươi; 40% còn lại được xuất khẩu sang thị trường nước ngoài chủ yếu là nấm rơm ở các tỉnh miền Nam. Các sản phẩm nấm xuất khẩu chủ yếu được chế biến đóng hộp và xuất khẩu sang thị trường các nước Hoa Kỳ, Nhật Bản và Italia... Sản xuất nấm phát triển, thị trường tiêu thụ mở trong và ngoài nước đã đem lại thu nhập đáng kể cho các hộ nông dân và các doanh nghiệp sản xuất, chế biến và

tiêu thụ nấm ăn. Các tác nhân tham gia vào sản xuất, chế biến, thương mại và tiêu dùng nấm ăn ngày càng hoạt động mạnh đã hình thành một ngành hàng mới đó là ngành hàng nấm ăn (Cục Trồng trọt, 2011).

#### *1.2.2.2. Một số chủ trương khuyến khích phát triển ngành hàng nấm ăn*

Tại Hội nghị Ban chấp hành Trung ương khóa X đã có Nghị quyết 7 về nông nghiệp - nông thôn - nông dân hay còn gọi là Nghị quyết “tam nông” thúc đẩy việc xây dựng hoàn thiện nông thôn mới trong thời kỳ quá độ tiến lên CNH – HĐH. Bộ Chính trị và Ban Bí thư Trung ương Đảng đã triển khai thí điểm xây dựng nông thôn mới tại 11 xã trong cả nước, từ đó xác định những lợi thế để phát triển nông nghiệp và nông thôn. Trong đó, ngành hàng nấm được chọn triển khai tại xã Thanh Chăn, tỉnh Điện Biên. Trên cơ sở chủ trương của Đảng, Chính phủ đã xây dựng chiến lược phát triển nấm ăn với mục tiêu thúc đẩy sản xuất tận dụng tiềm năng của các vùng với rất nhiều chính sách liên quan đến ngành hàng nấm ăn như:

- Ngày 14/3/2000 Thủ tướng Chính Phủ có chỉ thị số 241/CP-NN gửi các Bộ: Khoa học Công nghệ và Môi trường, Nông nghiệp và PTNT, Tài Chính, Kế hoạch và Đầu tư về việc tăng cường hỗ trợ phát triển sản xuất nấm.

- Quyết định số 1831/QĐ-TTg ngày 01/10/2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình “Hỗ trợ ứng dụng và chuyển giao tiến bộ khoa học và công nghệ phục vụ phát triển kinh tế - xã hội nông thôn và miền núi giai đoạn 2011 - 2015”. Bộ Khoa học và Công nghệ đã phê duyệt: 20 dự án về lĩnh vực nấm ăn – nấm dược liệu “Hỗ trợ ứng dụng và chuyển giao tiến bộ khoa học và công nghệ phục vụ phát triển kinh tế - xã hội nông thôn và miền núi giai đoạn 2011 - 2015” trong Chương trình Nông thôn miền núi đến năm 2015 cho các địa phương.

- Quyết định số 2457/QĐ-TTg ngày 31/12/2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình Quốc gia phát triển công nghệ cao đến năm 2020. Trong lĩnh vực nông nghiệp, Ban Chỉ đạo chương trình đã chọn ra 7 loại cây trồng được ưu tiên đầu tư phát triển, trong đó nấm ăn – nấm dược liệu.

- Quyết định số 2441/QĐ-TTg ngày 31/12/2010 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình phát triển sản phẩm quốc gia đến năm 2020.



- Quyết định số 3577/QĐ-BNN-XD ngày 31/12/2010 của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn phê duyệt dự án đầu tư “Sản xuất giống nầm, giai đoạn 2011 - 2015”.

- Quyết định số 439/QĐ-TTg ngày 16/4/2012 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt Danh mục sản phẩm quốc gia thực hiện từ năm 2012 thuộc Chương trình phát triển sản phẩm quốc gia đến năm 2020.

- Quyết định số 1259/QĐ-BNN-KHCN ngày 04/6/2013 của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn phê duyệt Chương trình khung nghiên cứu khoa học công nghệ ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn giai đoạn 2013 – 2020, trong đó có nghiên cứu và phát triển nầm ăn.

- Quyết định số 2690/QĐ-BNN-KHCN ngày 12/11/2013 của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn phê duyệt đề án khung phát triển sản phẩm quốc gia “Sản phẩm nầm ăn và nầm dược liệu” phục vụ Chương trình phát triển sản phẩm quốc gia đến năm 2020.

Hiện nay, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đang chủ trì xây dựng đề án “Phát triển nầm đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030” đang trong giai đoạn dự thảo xin ý kiến góp ý của các Bộ/Ngành ở Trung ương, các địa phương và các nhà khoa học trong lĩnh vực nầm ăn – nầm dược liệu. Riêng trong lĩnh vực tài chính, Bộ Tài chính theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ đã phối hợp với các Bộ/Ngành xây dựng một số văn bản hướng dẫn các Chương trình mục tiêu Quốc gia như: Thông tư liên tịch số 101/2011/TTLT/BTC-BKHCN ngày 08/7/2011 giữa Bộ Tài chính và Bộ Khoa học và Công nghệ hướng dẫn quản lý tài chính đối với Chương trình Nông thôn miền núi đến năm 2015”; Thông tư số 11/2012/TTLT-BNN&PTNT-BTC-BKHĐT ngày 01/03/2012 về hướng dẫn chế độ quản lý, sử dụng kinh phí Nhà nước cho Chương trình giống cây nông, lâm nghiệp, giống vật nuôi và giống thủy sản đến năm 2020; Thông tư số 10/2013/TT-BKHCN ngày 29/3/2013 về hướng dẫn quản lý Chương trình phát triển sản phẩm Quốc gia đến năm 2020. Ngoài ra, một số chủ trương, chính sách về phát triển ngành nghề trong nông nghiệp và nông thôn có liên quan đến gián tiếp đến phát triển ngành hàng nầm ăn được thống kê chi tiết tại phần phụ lục số 04 ([www.chinhphu.vn](http://www.chinhphu.vn), 2012).

### *1.2.3. Một số bài học kinh nghiệm rút ra từ việc nghiên cứu lý luận và thực tiễn phát triển ngành hàng nấm ăn trên thế giới và Việt Nam*

Việt Nam nói chung và vùng đồng bằng sông Hồng nói riêng hội tụ đầy đủ các yếu tố để phát triển ngành hàng nấm ăn trở thành ngành hàng có thế mạnh và lợi thế trên thị trường trong nước cũng như quốc tế. So với các nước sản xuất nấm ăn trong khu vực và trên thế giới, ngoài lợi thế về vùng nguyên liệu, điều kiện tự nhiên; các loại nấm ăn của Việt Nam được thị trường thế giới rất ưa chuộng nhất là nấm mỡ và nấm rơm. Tuy nhiên, ngành hàng nấm ăn của chúng ta đang đối mặt với những thách thức, làm hạn chế lợi thế cạnh tranh trên thị trường thế giới, đó là: i) Chi phí sản xuất cao do hiệu quả sử dụng nguyên liệu chưa cao so với các nước trên thế giới (hay thường được gọi là năng suất các chủng loại nấm ăn vẫn còn thấp) và sản xuất thủ công, năng suất lao động thấp; ii) Chất lượng chưa thật ổn định do sản xuất manh mún, tỷ lệ chế biến và bảo quản thấp; iii) Phát triển ngành hàng nấm ăn còn mang tính chất phong trào và chưa bền vững; iv) Chưa có quy hoạch đồng bộ từ khâu nghiên cứu đến ứng dụng và tổ chức phát triển ngành hàng nấm ăn; v) Cơ cấu chủng loại nấm ăn còn đơn điệu, chủ yếu là các sản phẩm truyền thống, chưa có những sản phẩm giá trị kinh tế cao. Vì vậy, sản lượng nấm sản xuất ra không đủ đáp ứng cho thị trường tiêu dùng trong nước đối với các mặt hàng có giá trị kinh tế cao mà hiện nay đang phải nhập khẩu đến 80% nhu cầu sản lượng tiêu dùng; các loại nấm xuất khẩu khác luôn chịu sự chi phối về giá xuất khẩu của một số nước trong khu vực như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản và vùng lãnh thổ Đài Loan...(Cục Trồng trọt, 2011). Cơ sở nghiên cứu về phát triển ngành hàng nấm ăn của các nước Trung Quốc, Hàn Quốc và Thái Lan, tác giả rút ra những bài học kinh nghiệm có thể áp dụng vào việc phát triển ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng như sau:

#### *1.2.3.1. Quy hoạch phát triển các vùng sản xuất hợp lý*

Quy hoạch phát triển để phát huy tối đa lợi thế của từng địa phương trong vùng, tránh trùng lặp và đồng nhất sản xuất nấm ăn giữa các vùng. Biện pháp này nhằm ngăn chặn hiện tượng “tranh mua, tranh bán” do thiếu hụt nguồn nguyên liệu phục vụ cho các nhà máy chế biến xuất khẩu. Các nước Trung Quốc, Hàn Quốc đã

thực hiện công tác quy hoạch từ nghiên cứu đến tổ chức sản xuất và kinh doanh nấm ăn tới từng địa phương trong vùng và liên vùng rất tốt, tạo nên sức mạnh tổng thể của ngành hàng nấm ăn để cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

#### *1.2.3.2. Phát triển đa dạng các chủng loại sản phẩm nấm ăn*

Phát triển đa dạng các chủng loại sản phẩm nấm ăn để phát huy được hết những tiềm năng trên cơ sở lợi thế so sánh của mỗi vùng và từng địa phương.

#### *1.2.3.3. Lựa chọn hình thức tổ chức thích hợp ngành hàng nấm ăn*

Hiện nay, các cơ sở sản xuất nấm ăn vẫn còn phân tán, nhỏ lẻ, manh mún và mang tính chất tận dụng, chưa có chuyên môn hóa. Hình thức tổ chức sản xuất này làm tăng giá thành sản phẩm do hiệu quả sử dụng nguyên liệu và nguồn lực đầu tư của các hộ thấp. Bên cạnh đó, việc tiếp cận với tiến bộ khoa học công nghệ và dịch vụ kỹ thuật còn nhiều hạn chế dẫn đến hiệu quả, chất lượng thấp và không ổn định. Để tạo lập uy tín, thương hiệu nấm ăn Việt Nam trên thị trường thế giới, cần tạo sức mạnh bằng cách tổ chức có hiệu quả ngành hàng như: Xây dựng các hình thức tổ chức thích hợp như hợp tác xã, nhóm hộ sản xuất theo hướng tập trung để thuận lợi cho việc chuyên giao, ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật, công nghệ tiên tiến, áp dụng quy chuẩn vào sản xuất và giao dịch tiêu thụ sản phẩm; Đồng thời hoàn thiện cơ cấu tổ chức để có sự quản lý, điều phối các hoạt động trong ngành hàng nấm ăn.

#### *1.2.3.4. Thúc đẩy công nghệ chế biến và ứng dụng khoa học công nghệ*

Tập trung vào công nghệ chế biến các sản phẩm nấm có giá trị kinh tế cao; đồng thời đẩy mạnh việc ứng dụng công nghệ mới trong công tác nghiên cứu chọn tạo giống nhằm tạo ra những dòng sản phẩm có năng suất cao và chất lượng tốt, ổn định. Các nước đều có Viện nghiên cứu nấm ở Trung ương và các địa phương quản lý; ngoài ra còn khuyến khích tư nhân đầu tư vào lĩnh vực nghiên cứu như Hàn Quốc. Các nước đều tập trung mọi nguồn lực vào khâu chọn tạo giống, ứng dụng quy trình công nghệ phù hợp để tạo ra các sản phẩm nấm ăn đáp ứng thị trường trong nước và xuất khẩu.

#### *1.2.3.5. Tăng cường vai trò quản lý nhà nước*

Các nước như Hàn Quốc và Trung Quốc... đều tập trung đầu tư công vào phát triển hạ tầng giao thông, hệ thống điện, hệ thống chợ bán buôn, bán lẻ, thúc đẩy chế

biến, các dịch vụ khoa học kỹ thuật. Tăng cường đào tạo nguồn nhân lực về khoa học kỹ thuật, thông tin thị trường đến các vùng sản xuất, nhằm nắm bắt kịp thời thông tin về nhu cầu, giá cả thị trường ...Đẩy mạnh đầu tư công để hỗ trợ các tổ chức kinh tế nâng cao năng lực tiếp thị, thực hiện những chiến dịch quảng bá rộng rãi các sản phẩm nắm cả ở thị trường trong nước và quốc tế (Thái Lan và Hàn Quốc). Các cơ quan quản lý nhà nước có trách nhiệm hướng dẫn các cơ sở sản xuất tuân thủ nghiêm ngặt các quy định quốc tế về thực hành nông nghiệp tốt, tiêu chuẩn kỹ thuật và vệ sinh an toàn thực phẩm, khuyến nông...

## **TÓM TẮT CHƯƠNG 1**

Trong quá trình nghiên cứu cơ sở lý luận và thực tiễn phát triển ngành hàng nắm ăn vùng đồng bằng sông Hồng, chúng tôi thấy nhận thấy xung quanh khái niệm ngành hàng có nhiều quan điểm khác nhau. Tuy nhiên, khái niệm đầy đủ nhất có thể hiểu ngành hàng là một hệ thống được xây dựng bởi các tác nhân tham gia vào hoạt động sản xuất, chế biến, phân phối một sản phẩm, đồng thời ràng buộc bởi các mối quan hệ giữa các nhân tố bên trong cũng như các nhân tố bên ngoài. Quá trình vận hành của một ngành hàng đã tạo ra sự dịch chuyển các luồng vật chất theo 3 dạng là sự dịch chuyển về mặt thời gian, không gian và hình thái sản phẩm.

Phát triển ngành hàng là sự chuyển biến cả về số lượng và chất lượng các tác nhân trong ngành hàng, bao gồm từ người sản xuất đến người tiêu dùng cuối cùng, và sự hoàn thiện về liên kết giữa các khâu, các lĩnh vực và cùng điều hòa lợi ích của các tác nhân trong ngành hàng. Phát triển ngành hàng có thể hình dung đó là một quá trình khép kín, có điểm đầu và điểm kết thúc, bao gồm nhiều yếu tố tác động, có quan hệ móc xích với nhau đi liền với sự tăng lên của yếu tố này có thể ảnh hưởng tích cực tới các yếu tố khác. Phát triển ngành hàng nắm ăn là sự thay đổi tăng lên về quy mô, sản lượng và hoàn thiện về quan hệ giữa các tác nhân trong ngành hàng, bao gồm từ người sản xuất đến người tiêu dùng cuối cùng và sự hoàn thiện về liên kết giữa các khâu, các lĩnh vực và cùng phân chia lợi ích của các tác nhân trong ngành hàng.

Phát triển ngành hàng nấm ăn với những nội dung cơ bản như: i) Xác định các điều kiện phát triển ngành hàng nấm ăn bao gồm lực lượng lao động, cơ sở hạ tầng kỹ thuật, vốn sản xuất, tổ chức sản xuất và khoa học công nghệ; ii) Phát triển quan hệ các tác nhân tham gia ngành hàng; Xây dựng cơ chế quản lý và đề xuất chính sách hỗ trợ. Đồng thời, với những nghiên cứu về nội dung phát triển ngành hàng nấm ăn cũng cần xem xét đánh giá các nhóm yếu tố ảnh hưởng gồm: Nhóm nhân tố bên trong với các yếu tố liên kết giữa các tác nhân, nguồn lực, lợi ích kinh tế và luồng thông tin đa chiều; Nhóm nhân tố bên ngoài với các yếu tố đầu vào cho sản xuất, cơ chế chính sách, khoa học kỹ thuật, cơ sở hạ tầng, hội nhập kinh tế quốc tế, thị trường tiêu thụ...

Hiện nay, Việt Nam đã có nhiều văn bản tác động đến phát triển ngành hàng nấm ăn, đặc biệt nấm ăn đã trở thành sản phẩm Quốc gia được Chính phủ tập trung đầu tư phát triển từ nay đến năm 2020 và các giai đoạn tiếp theo. Ngành hàng nấm ăn đang phát triển tại các tỉnh vùng đồng bằng sông Hồng và có cơ hội khá tốt để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Tuy nhiên việc phát triển ngành hàng nấm ăn còn phụ thuộc nhiều vào các tác nhân ảnh hưởng từ quá trình sản xuất cho đến quá trình tiêu thụ sản phẩm. Thực tiễn đã cho thấy việc nghiên cứu phát triển ngành hàng nấm ăn còn rất ít và tùy thuộc vào đặc điểm của mỗi địa phương cũng như nhu cầu thị trường nhưng chưa có chiến lược rõ ràng. Qua nghiên cứu kinh nghiệm phát triển ngành hàng nấm ăn của một số nước trong khu vực và trên thế giới cho thấy rõ những tồn tại và bất cập hiện nay của ngành hàng nấm vùng đồng bằng sông Hồng như: i) Công tác quy hoạch vùng sản xuất nấm; ii) Phát triển đa dạng chủng loại sản phẩm, đồng thời đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ để tạo ra các sản phẩm nấm có giá trị gia tăng cao; iii) Xây dựng các hình thức tổ chức phù hợp theo hướng tập trung để thuận lợi cho việc chuyên giao, ứng dụng tiên bộ khoa học kỹ thuật, công nghệ sản xuất và giao dịch tiêu thụ sản phẩm. Đồng thời hoàn thiện cơ cấu tổ chức để có sự quản lý, điều phối các hoạt động trong ngành hàng nấm ăn; iv) Tăng cường công tác quản lý nhà nước nhất là trong lĩnh vực đầu tư công với khoa học kỹ thuật, cơ sở hạ tầng, đào tạo nguồn nhân lực và xây dựng chính sách khuyến khích tư nhân đầu tư vào các lĩnh vực này.

## Chương 2

### PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VỀ NGÀNH HÀNG NẤM ĂN

#### 2.1. Đặc điểm địa bàn nghiên cứu

##### 2.1.1. Vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên

Theo Tổng cục Thống kê (2011), đồng bằng sông Hồng là một vùng đất rộng lớn nằm quanh khu vực hạ lưu sông Hồng, vùng đất bao gồm 11 tỉnh và thành phố như: Vĩnh Phúc, Hà Nội, Bắc Ninh, Hà Nam, Hưng Yên, Hải Dương, Hải Phòng, Thái Bình, Nam Định, Ninh Bình và Quảng Ninh. Gần như đồng nghĩa với đồng bằng sông Hồng là vùng trung châu, khác với vùng chân núi trung du và núi cao thượng du. Các tỉnh trong vùng đồng bằng sông Hồng chỉ có 2 tỉnh Thái Bình và Hưng Yên là không có núi, do đó khu vực này thường được gọi là châu thổ sông Hồng. Toàn vùng có diện tích: 23.336 km<sup>2</sup>, chiếm 7,1 % diện tích của cả nước.

- Vị trí địa lý được trải rộng từ vĩ độ 21°34' B (huyện Lập Thạch) tới vùng bãi bồi khoảng 19°5' B (huyện Kim Sơn), từ 105°17' Đ (huyện Ba Vì) đến 107°7' Đ (trên đảo Cát Bà). Do có vị trí thuận lợi cho việc giao lưu kinh tế giữa các vùng trong cả nước, giữa các tỉnh miền núi phía Bắc, các tỉnh ở phía Nam và có các cảng hàng không, các cảng biển lớn giao lưu với quốc tế. Từ lâu lợi thế so sánh về vị trí địa lý của các tỉnh vùng đồng bằng sông Hồng đã được khai thác để phát triển kinh tế xã hội của vùng cũng như của cả nước.

- Khí hậu của vùng mang sắc thái khí hậu nhiệt đới gió mùa pha trộn tính ôn đới được trải rộng trên các tiểu vùng trong năm với những đặc điểm về nhiệt độ, lượng mưa, hướng gió khác nhau. Theo thống kê 20 năm gần đây và số liệu của các trạm khí tượng thủy văn tại một số tiểu vùng nghiên cứu (Hải Dương, Ninh Bình, Hà Nội) vùng đồng bằng sông Hồng cho thấy:

+ Nhiệt độ trung bình trong năm của vùng là 23,4<sup>0</sup>C; nhiệt độ cao nhất tuyệt đối là 42,8<sup>0</sup>C và thấp nhất tuyệt đối là 5,6<sup>0</sup>C.

+ Lượng mưa trung bình năm là 1802mm, năm cao nhất 2902 mm và năm thấp nhất là 1356 mm. Số ngày mưa trung bình là 156 ngày/năm.

+ Độ ẩm trung bình hàng năm: 84,4%; số giờ nắng trung bình: 1714 giờ, hàng năm có từ 38 đến 40 ngày có sương mù.

Điều đáng lưu ý là đồng bằng sông Hồng tuy nằm trong vùng nhiệt đới gió mùa nhưng lại có một mùa đông lạnh và khô kéo dài từ tháng 11 đến tháng 4. Nhiệt độ bình quân thời gian này có khi xuống tới 15<sup>0</sup>C.

- Mạng lưới sông ngòi của vùng tương đối phát triển, ở vị trí hạ lưu sông Hồng và sông Thái Bình có nhiều chi lưu nên vùng đồng bằng sông Hồng có một mạng lưới sông tương đối dày đặc. Do đó trong vùng đã xây dựng hệ thống đê sông, đê biển để ngăn lũ, ngăn mặn, phát triển hệ thống tưới tiêu.

- Tài nguyên khoáng sản đáng kể nhất là tài nguyên đất sét, đặc biệt là đất sét trắng ở Hải Dương, phục vụ cho phát triển sản xuất các sản phẩm sành sứ. Tài nguyên đá vôi ở Thủy Nguyên - Hải Phòng đến Kim Môn - Hải Dương, dài đá vôi từ Hà Nội (Hà Tây trước đây) đến Ninh Bình chiếm 5,4% trữ lượng đá vôi cả nước, phục vụ cho phát triển ngành công nghiệp vật liệu xây dựng. Tài nguyên than nâu ở độ sâu 200m đến 2.000m có trữ lượng hàng chục tỷ tấn đứng hàng đầu cả nước, hiện chưa có điều kiện khai thác, đồng thời có tiềm năng về khí đốt. Nhìn chung khoáng sản của vùng không nhiều chủng loại và có trữ lượng vừa và nhỏ nên việc phát triển công nghiệp phụ thuộc nhiều vào nguồn nguyên liệu từ bên ngoài. Đồng bằng sông Hồng có một vùng biển lớn, với bờ biển kéo dài từ Thủy Nguyên - Hải Phòng đến Kim Sơn - Ninh Bình. Bờ biển có bãi triều rộng và phù sa dày là cơ sở nuôi trồng thủy hải sản, nuôi rong câu và chăn vịt ven bờ. Ngoài ra một số bãi biển, đảo có thể phát triển thành khu du lịch như bãi biển Đồ Sơn, huyện đảo Cát Bà,...

### ***2.1.2. Đất đai và tình hình sử dụng đất đai***

Đất đai nông nghiệp là nguồn tài nguyên cơ bản của vùng do phù sa của hệ thống sông Hồng và sông Thái Bình bồi đắp. Hiện có trên 103 triệu ha đất đã được sử dụng, chiếm 82,48 % diện tích đất tự nhiên của vùng và chiếm 5,5% diện tích đất sử dụng của cả nước. Như vậy, mức sử dụng đất của vùng cao nhất so với các vùng trong cả nước. Đất đai của vùng rất thích hợp cho thâm canh lúa nước, trồng màu và các cây công nghiệp ngắn ngày. Vùng có diện tích trồng cây lương thực đứng thứ 2 trong cả nước với diện tích đạt 1242,9 nghìn ha. Khả năng mở rộng diện tích của đồng bằng vẫn còn khoảng 137 nghìn ha. Quá trình mở rộng diện tích gắn liền với

quá trình chinh phục biển thông qua sự bồi tụ và thực hiện các biện pháp quai đê lấn biển theo phương thức “lúa lấn cối, cối lấn sù vẹt, sù vẹt lấn biển”. Tổng hợp hiện trạng sử dụng đất tại bảng 2.1.

**Bảng 2.1. Hiện trạng sử dụng đất phân theo địa phương năm 2011**

*Đơn vị tính: nghìn ha*

Chỉ tiêu	Tổng diện tích	Trong đó			
		Đất sản xuất nông nghiệp	Đất lâm nghiệp	Đất chuyên dùng	Đất ở
<b>CẢ NƯỚC</b>	<b>33095,1</b>	<b>10151,1</b>	<b>15373,1</b>	<b>1846,8</b>	<b>690,9</b>
<b>Đồng bằng sông Hồng</b>	<b>2105,0</b>	<b>775,2</b>	<b>518,4</b>	<b>310,4</b>	<b>140,0</b>
Hà Nội	332,4	150,2	24,0	69,4	37,0
Vĩnh Phúc	123,6	49,9	32,5	19,2	8,3
Bắc Ninh	82,3	42,6	0,6	17,5	10,0
Quảng Ninh	610,2	50,4	389,0	42,1	10,1
Hải Dương	165,6	85,0	10,9	30,4	15,5
Hải Phòng	152,4	49,9	21,1	26,2	13,5
Hung Yên	92,6	53,5		17,4	10,0
Thái Bình	157,0	94,9	1,4	27,0	12,9
Hà Nam	86,0	43,7	6,3	15,6	5,6
Nam Định	165,2	93,7	4,2	25,2	10,9
Ninh Bình	137,7	61,4	28,4	20,4	6,2

Nguồn: Tổng cục Thống kê (2011)

Trong thời gian quan cùng với xu hướng CNH - HĐH, đất đai và tình hình sử dụng đất đai vùng đồng bằng sông Hồng có nhiều biến động. Từ kết quả nghiên cứu tình hình sử dụng đất đai 10 năm qua cho thấy sự biến động theo quy luật như sau: i) Đất nông nghiệp giảm dần nhằm giải quyết đất cho các mục đích khác và cho nhu cầu CNH- HĐH, đô thị hoá; ii) Đất phi nông nghiệp tăng lên cùng với quá trình phát triển dân số và sự phát triển cơ sở hạ tầng giao thông, thuỷ lợi, công nghiệp và các công trình xây dựng khác; iii) Đất chưa sử dụng giảm dần do cải tạo đưa vào sản xuất nông nghiệp và sử dụng vào các mục đích chuyên dùng khác.



### 2.1.3. Tình hình dân số và lao động

Theo số liệu điều tra của Tổng cục Thống kê (2011), đồng bằng sông Hồng là vùng có mật độ dân số cao nhất, gấp gần 3,6 lần so với mật độ trung bình cả nước. Dân số của toàn vùng năm 2011 là 20.236 nghìn người tại thời điểm khảo sát 1/4/2011, năm 2010 có 19.770 nghìn người chiếm 22,57% dân số toàn quốc, tăng gần 250 nghìn người so với năm 2009 và tăng gần 900 nghìn dân so với năm 2008. Bình quân mỗi năm dân số tăng 0,46% so với kỳ gốc (Bảng 2.2).

**Bảng 2.2. Diện tích, dân số và mật độ dân số vùng đồng bằng sông Hồng năm 2011**

Chỉ tiêu	Diện tích (km <sup>2</sup> )	Dân số trung bình (nghìn người)	Mật độ dân số (nghìn người/km <sup>2</sup> )
<b>CẢ NƯỚC</b>	<b>33.0951,1</b>	<b>88.772,9</b>	<b>268</b>
<b>Đồng bằng sông Hồng</b>	<b>21.050,9</b>	<b>20.236,7</b>	<b>961</b>
Hà Nội	3323,6	6.844,1	2.059
Vĩnh Phúc	1236,5	1.020,6	825
Bắc Ninh	822,7	1.079,9	1.313
Quảng Ninh	6102,3	1.177,2	193
Hải Dương	1656,0	1.735,1	1.048
Hải Phòng	1523,9	1.904,1	1.250
Hưng Yên	926,0	1.145,6	1.237
Thái Bình	1570,0	1.787,3	1.138
Hà Nam	860,5	790,0	918
Nam Định	1652,6	1.836,9	1.112
Ninh Bình	1376,7	915,9	665

Nguồn: Tổng cục Thống kê (2011)

Qua khảo sát cho thấy dân cư vùng đồng bằng sông Hồng đông nên có lợi thế về nguồn lao động dồi dào, có nhiều kinh nghiệm và truyền thống trong sản xuất, chất lượng lao động cao và tạo ra thị trường có sức mua lớn. Trong vùng có nhiều kinh nghiệm trong sản xuất với các ngành nghề thủ công mỹ nghệ như: làng lụa Vạn Phúc (Hà Nội), đồ gỗ mỹ nghệ Đồng Kỵ (Bắc Ninh), gốm Bát Tràng (Hà

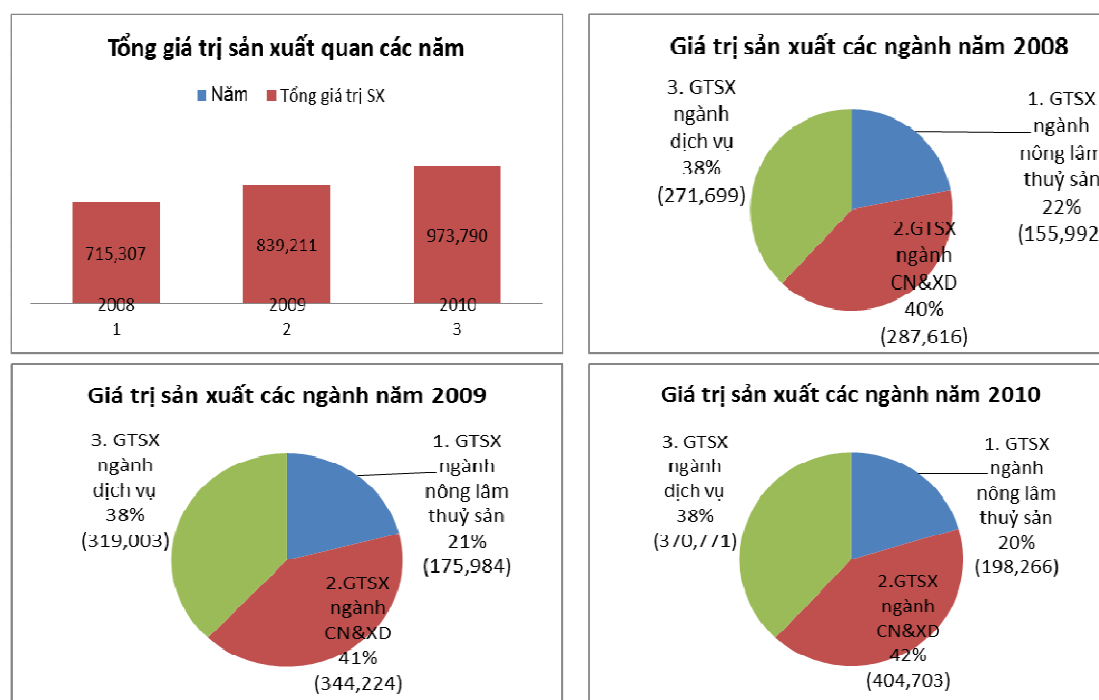
Nội)... Tuy nhiên, phân bố dân cư hiện nay chưa tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình phát triển của vùng, tỉ lệ dân cư sống ở nông thôn còn quá cao chiếm 23,1% so với cả nước. Tỷ suất di cư thuần của vùng qua các năm đều giảm từ 9,9% năm 2009 xuống còn 4,7% năm 2011. Mặc dù vậy, nguồn lực này hiện nay chưa được khai thác một cách hiệu quả, đồng thời lực lượng lao động này chưa được đào tạo nghề một cách có hệ thống, nhất là các ngành nghề cần có chuyên môn.

Trong những năm gần đây tốc độ đô thị hóa nhanh nên tình trạng bị thu hẹp diện tích canh tác nông nghiệp để chuyển đổi mục đích sử dụng, do đó tỷ lệ lao động bị thất nghiệp và thiếu việc làm đang là một vấn đề lan giải của chính quyền các cấp. Hiện nay, tình trạng dòng người chảy về các thành phố lớn để tìm việc làm sau khi thu hoạch mùa vụ đã gây ra mất cân bằng lực lượng lao động và khó kiểm soát được tình hình an ninh trật tự, chính trị và an toàn xã hội. Theo số liệu điều tra của Tổng cục Thống kê (2011), đồng bằng sông Hồng cho thấy: i) Tỷ lệ thất nghiệp trung bình 1,91% so với 1,96% trung bình của cả nước. Tỷ lệ thất nghiệp tại các thành phố, thị xã của vùng chiếm 3,49% cao hơn so với trung bình của cả nước chiếm 3,21%. Riêng tại các khu vực nông thôn tỷ lệ thất nghiệp thấp hơn so với trung bình của cả nước (1,25/1,39%); ii) Tỷ lệ thiếu việc làm thấp hơn so với trung bình của cả nước (2,51/2,74%) do vùng có nhiều ngành nghề phát triển.

#### ***2.1.4. Tình hình sản xuất kinh doanh một số ngành chính của vùng***

Kết quả sản xuất kinh doanh một số ngành chính của vùng thể hiện rõ nét qua qua các năm liên tục tăng. Năm 2009 tăng hơn 17% so với năm 2008, năm 2010 tăng hơn 16%, bình quân mỗi năm tăng 16,68%. Sở dĩ có sự tăng trưởng nhanh như vậy là do giá trị sản xuất của các ngành đều tăng. Giá trị sản xuất ngành nông lâm thủy sản mỗi năm tăng bình quân 12,74%. Trong khi đó giá trị sản xuất ngành công nghiệp và xây dựng tăng bình quân 18,63%, đạt tốc độ tăng lớn nhất trong ba ngành. Cơ cấu giá trị sản xuất của các ngành trong tổng giá trị sản xuất của vùng cũng có sự thay đổi nhẹ theo xu hướng giảm giá trị ngành nông lâm ngư nghiệp, tăng giá trị sản xuất các ngành công nghiệp, xây dựng và dịch vụ trong cơ cấu giá trị sản xuất của toàn vùng. Qua 3 năm, giá trị sản xuất ngành nông nghiệp giảm 1,45%, thay vào đó là sự tăng

lên của ngành công nghiệp & xây dựng (1,35%) và ngành dịch vụ (0,1%). Ta thấy rằng, mặc dù tỷ trọng ngành nông lâm ngư nghiệp giảm đi rõ rệt trong cơ cấu kinh tế của vùng nhưng xét về mặt tuyệt đối, giá trị sản xuất của ngành này không ngừng tăng lên, bình quân tăng 12,74%. Nhìn vào cơ cấu của các ngành ta nhận thấy rằng có sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế của vùng theo hướng tích cực góp phần trong việc hoàn thành các mục tiêu đặt ra cho công cuộc CNH – HĐH của đồng bằng sông Hồng (Biểu đồ 2.1).



**Biểu đồ 2.1. Tổng giá trị và giá sản xuất một số ngành chính của vùng**

Nguồn: Tổng cục Thống kê (2011); Đơn vị tính: %

Tóm lại, qua tìm hiểu địa bàn nghiên cứu cho thấy vùng đồng bằng sông Hồng hội tụ đầy đủ các yếu tố để phát triển ngành hàng năm ăn với những lợi thế cơ bản như: i) Thuận lợi cho việc giao lưu kinh tế giữa các vùng trong cả nước với đặc trưng của điều kiện nhiệt đới gió mùa, nóng ẩm là điều kiện tốt cho phát triển sản xuất các loại nấm ăn; ii) Với các điều kiện cơ sở hạ tầng tương đối đồng bộ và có truyền thống sản xuất trong các làng nghề; Nguồn nguyên liệu và lực lượng lao động dồi dào chưa sử dụng và phát huy tiềm năng sẵn có. Tuy nhiên, vùng đồng

bằng sông Hồng cũng gặp phải những trở ngại và thách thức khi phát triển ngành hàng nắm ăn như: tỷ lệ dân số nông thôn cao, mật độ dân cư cao nhất cả nước; diện tích đất phục vụ cho sản xuất ngày một thu hẹp do quá trình công nghiệp hóa và đô thị tăng nhanh; vấn đề an sinh xã hội, giải quyết việc làm tăng thu nhập và tạo giá trị gia tăng trên đơn vị diện tích trong bối cảnh phát triển kinh tế như hiện nay...

## **2.2. Phương pháp nghiên cứu**

### **2.2.1. Phương pháp tiếp cận và khung phân tích**

#### **2.2.1.1. Phương pháp tiếp cận ngành hàng nắm ăn**

##### **\* Phương pháp tiếp cận ngành hàng**

Nghiên cứu ngành hàng nắm ăn có liên quan đến nhiều tác nhân trong chuỗi hàng, thể hiện mối liên kết thông qua các hoạt động sản xuất, chế biến và tiêu thụ. Các tác nhân trong ngành hàng nắm ăn bao gồm các cơ sở sản xuất nắm ăn (các hộ gia đình, trang trại, hợp tác xã, doanh nghiệp), cơ sở thu gom sơ chế và bán buôn, hộ bán lẻ, doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu nắm ăn. Mỗi tác nhân có thế mạnh và điểm yếu riêng (về năng lực quản lý, ra quyết định và điều kiện yếu tố sản xuất); Những yếu tố này tác động nhiều chiều đến phát triển ngành hàng nắm ăn kể cả chiều rộng và chiều sâu. Phương pháp tiếp cận ngành hàng giúp nhìn nhận rõ vai trò của mỗi tác nhân tham gia trong chuỗi hàng, những ách tắc trong quá trình vận hành của từng tác nhân trong chuỗi hàng và xác định những giải pháp phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả sản phẩm nắm ăn của các đơn vị sản xuất - kinh doanh trên địa bàn các tỉnh vùng đồng bằng sông Hồng.

##### **\* Phương pháp tiếp cận hệ thống**

Cách xem xét đối tượng trong hệ thống như một hệ toàn vẹn phát triển động, trong quá trình hình thành thông qua giải quyết những mâu thuẫn bên trong, do những tương tác hợp quy luật giữa các thành tố của hệ. Vạch ra được bản chất toàn vẹn của hệ thống qua việc phát hiện ra được: a) cấu trúc của hệ, b) quy luật tương tác giữa các thành tố của hệ, c) tính toàn vẹn (tính tích hợp). Thuộc loại phương pháp triết học, là sự cụ thể hoá của phép biện chứng duy vật, sự khái quát hoá của các phương pháp điều khiển học.

Trong đề tài chúng tôi sử dụng phương pháp tiếp cận hệ thống trên từng công đoạn của ngành hàng, xác định các tác nhân của ngành hàng, xác định các yếu tố đầu vào, đầu ra của từng công đoạn; xác định những nguyên nhân chính trong từng công đoạn tác động đến mức độ phát triển ngành hàng.

#### **\* Phương pháp tiếp cận thể chế**

Hodgson (2006) cho rằng các thể chế là “những hệ thống quy luật xã hội được thiết lập và phổ biến, kiến tạo nên các môi tương tác xã hội”. Trong khuôn khổ phân tích ngành hàng liên quan tới thị trường với các thể chế đan xen và bổ sung cho nhau, có thể bao gồm các thể chế sau:

- Các thể chế xác định và thực thi quyền sở hữu, như hợp đồng, hệ thống pháp luật, tư pháp, các thể chế hòa giải tranh chấp; Các thể chế này liên quan nhiều tới giải quyết các tranh chấp nếu xảy ra trong quá trình liên kết, hợp tác giữa các tác nhân trong ngành hàng.

- Các thể chế tạo và phân phối thông tin giúp cho thị trường hoạt động tốt. Ví dụ như các tiêu chuẩn, đo lường sản phẩm, các quy định liên quan khác trong giao dịch, phân phối sản phẩm...

- Các thể chế ảnh hưởng tính cạnh tranh của thị trường. Ví dụ như luật chống độc quyền, luật chống tham nhũng,...

Phương pháp tiếp cận kinh tế thể chế xem xét việc phát triển ngành hàng nấm ăn trong mối quan hệ với thể chế nhà nước, cộng đồng, người sản xuất nấm ăn, người thu gom, chế biến và xuất khẩu nấm ăn. Các chính sách về kinh tế, các cơ chế chính sách của nhà nước, các văn bản quy định cũng được phân tích và được coi là nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến tốc độ phát triển sản xuất nấm nói riêng và ngành hàng nấm ăn nói chung.

#### ***2.2.1.2. Khung phân tích ngành hàng nấm ăn***

Nghiên cứu các tác nhân tham gia ngành hàng nấm ăn ở vùng đồng bằng sông Hồng với mục tiêu chính xác định hiện trạng hoạt động của các tác nhân, tiềm năng và hiệu quả của việc sản xuất kinh doanh nấm ăn. Những tác động ảnh hưởng chủ yếu đến phát triển ngành hàng nấm ăn của vùng nghiên cứu. Chính vì thế chúng tôi xây dựng khung phân tích của nghiên cứu tại sơ đồ 2.



**Sơ đồ 2.1. Khung phân tích ngành hàng nầm ăn vùng đồng bằng sông Hồng**

- Xem xét và xác định mức độ phát triển của ngành hàng nấm ăn tại vùng đồng bằng sông Hồng dưới tác động của nhu cầu tiêu dùng sản phẩm nông nghiệp chất lượng, an toàn đối với người dân trong vùng và nhu cầu xuất khẩu. Ngoài ra thực hiện chính sách của Nhà nước về phát triển đa dạng các ngành nghề trong nông thôn, tận dụng các sản phẩm phụ trong nông - lâm - công nghiệp, giải quyết việc làm cho nông dân lúc nông nhàn, tăng thu nhập cho người dân nông thôn một cách bền vững.

- Nghiên cứu các yếu tố tác động gồm: Kỹ thuật, công nghệ, vốn, nhân lực, vật lực. Đồng thời, tìm hiểu các chính sách vĩ mô của nhà nước, nhu cầu nấm cho tiêu dùng và xuất khẩu có ảnh hưởng trực tiếp và gián tiếp đến thúc đẩy phát triển ngành hàng.

- Nghiên cứu cũng tìm hiểu về vùng sản xuất, công tác tổ chức sản phẩm nấm ăn thành phẩm, thị trường nấm ăn, các nguồn cung cấp nấm ăn chủ yếu của vùng...Đồng thời cũng xác định các lợi ích khi phát triển ngành hàng nấm ăn tại vùng nghiên cứu: tăng thu nhập cho người dân, giải quyết việc làm, thực hiện các chính sách xã hội tại nông thôn, tận dụng các sản phẩm phụ trong nông nghiệp và bảo vệ môi trường.

Trên cơ sở phân tích các tác nhân tham gia ngành hàng và các lợi ích khi phát triển ngành hàng nấm ăn mang lại cùng với xác định các rào cản trong phát triển ngành hàng nấm ăn chúng tôi đề xuất một số giải pháp chủ yếu để ngành hàng nấm ăn tại vùng nghiên cứu theo hướng bền vững.

### ***2.2.2. Phương pháp chọn điểm khảo sát***

Trên cơ sở quy mô sản xuất – kinh doanh, tập quán sản xuất, sản lượng, nguồn nguyên liệu, đặc tính sinh học và các yếu tố của sản xuất nấm ăn, đề tài tiến hành chọn vùng đồng bằng sông Hồng làm địa bàn nghiên cứu với tiềm năng và lợi thế như: điều kiện tự nhiên, kinh tế - xã hội, điều kiện nguyên liệu sản xuất nấm, nhân công lao động, cơ sở hạ tầng, đại diện vùng... chính là điểm nổi bật trong sản xuất, tiêu thụ và chế biến nấm ăn (Bảng 2.3).

**Bảng 2.3. Quy mô, sản lượng và số lượng hộ gia đình sản xuất kinh doanh  
nấm ăn của vùng đồng bằng sông Hồng giai đoạn 2009 - 2011**

TT	Tỉnh	Số lượng hộ SX (Hộ)	Nguyên liệu rơm rạ trồng nấm (tấn)	Sản lượng nấm tươi (tấn)	Sản lượng xuất khẩu (tấn)
1	Tp. Hà Nội	200	1.497.000	8.250	531,2
2	Tp. Hải Phòng	1.200	523.000	25.132	1.256,6
3	Vĩnh phúc	526	598.000	9.163	532,6
4	Bắc Ninh	300	459.000	6.712	142,4
5	Hải Dương	150	909.000	3.887	1.645,3
6	Hưng Yên	115	560.000	4.631	463,1
7	Thái Bình	87	955.000	2.829	141,4
8	Hà Nam	76	464.000	2.013	565,7
9	Nam Định	2.015	966.000	20.457	816,7
10	Ninh Bình	1.050	632.000	12.926	1.287,6
11	Quảng Ninh	85	367.000	2.583	87,6
	<b>Tổng cộng</b>	<b>5.804</b>	<b>7.930.000</b>	<b>98.583</b>	<b>7.470,2</b>

Nguồn: Tổng hợp báo cáo các Sở Nông nghiệp và PTNT (2012)

Các tỉnh, thành phố nghiên cứu điển hình là: Hà Nội, Ninh Bình và Hải Phòng. Trong các tỉnh được chọn làm đại diện thì đều có những vùng đặc trưng trong sản xuất, tiêu thụ và chế biến nấm, phát triển ngành hàng nấm ăn trên cơ sở một số tiêu chí lựa chọn như sau:

- Trước tiên các tỉnh, thành phố nói trên đại diện cho 3 cụm tiểu vùng của đồng bằng sông Hồng gồm: cụm Tây Bắc, cụm phía Đông, cụm phía Nam có các vị trí địa lý và vùng sinh thái khác nhau. Trên cơ sở đặc điểm kinh tế - kỹ thuật của nấm ăn cùng với việc cơ cấu mùa vụ, phương thức tổ chức sản xuất, điều kiện cơ sở hạ tầng nhằm phát huy lợi thế của từng địa phương và vùng sản xuất khác nhau.

- Các tỉnh, thành phố lựa chọn đều có truyền thống sản xuất nấm ăn, đồng thời có quy mô và sản lượng tương đối lớn so với các tỉnh khác trong vùng.



- Có điều kiện cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật tốt như: hạ tầng giao thông vận tải, sân bay, cảng biển, trung tâm thương mại và dịch khoa học kỹ thuật của toàn vùng, đồng thời nằm trong hành lang tam giác phát triển kinh tế của vùng đồng bằng sông Hồng.

Ngoài ra, còn có một số yếu tố tác động như cơ chế, chính sách của chính quyền địa phương về phát triển sản xuất và là điểm trung tâm có ảnh hưởng đến các địa phương khác trong phát triển ngành hàng nấm ăn.

Trên cơ sở kết quả của phương pháp chuẩn đoán nhanh, căn cứ vào tình hình thực tế của các địa phương nghiên cứu, việc khảo sát được tiến hành ở các đối tượng chính là người sản xuất, người thu gom, người chế biến và tiêu thụ nấm ăn. Đây là các đối tượng chính liên quan đến phát triển thị trường và hướng phát triển của ngành hàng trong tương lai (Bảng 2.4).

**Bảng 2.4. Tổng hợp mẫu điều tra khảo sát thực tế**

Stt	Đối tượng thu thập	Tỉnh, thành phố điều tra khảo sát			Tổng cộng
		Hà Nội	Hải Phòng	Ninh Bình	
1	Tác nhân sản xuất				
	- Hộ sản xuất	70	200	250	520
	- Trang trại	10	15	15	40
	- Hợp tác xã	2	2	3	7
	- Doanh nghiệp	3	2	2	7
2	Tổ chức, cá nhân thu gom vận chuyển	50	30	30	110
3	Tổ chức, cá nhân bán buôn	50	10	10	70
4	Tổ chức, cá nhân bán lẻ	50	15	15	80
5	Cơ sở chế biến nấm	3	1	2	6
6	Người tiêu dùng các sản phẩm nấm	360	150	150	660
	<b>Tổng cộng</b>	<b>598</b>	<b>425</b>	<b>477</b>	<b>1500</b>

Khảo sát 840 đối tượng tham gia ngành hàng nấm ăn trên toàn vùng nghiên cứu và 660 người tiêu dùng, các đối tượng được chia theo từng công đoạn là sản xuất, thu gom, tiêu thụ. Nội dung khảo sát cụ thể được thể hiện theo 3 phần chính:

- Các thông tin chính về tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp: tên, địa chỉ, thời gian hoạt động, lĩnh vực hoạt động....

- Các thông tin liên quan đến công tác sản xuất, thu gom và tiêu thụ nấm ăn: chủng loại, sản lượng, chất lượng, giá cả, chi phí trong sản xuất, thu mua và tiêu thụ sản phẩm nấm ăn các loại theo năm.

- Các thông tin đánh giá về hiệu quả các công đoạn sản xuất, thu gom và tiêu thụ nấm; các nhân định về xu hướng phát triển ngành nghề trồng nấm tại Việt Nam...

Tất cả các đối tượng khảo sát được khảo sát trên 3 bộ phiếu khác nhau theo từng công đoạn sản xuất, thu gom và tiêu thụ của ngành hàng nấm ăn (Chi tiết tại phụ lục 1). Song hành với việc khảo sát ngành hàng nấm ăn, đề tài tiến hành khảo sát nhu cầu, mức độ tiêu dùng, chủng loại và giá cả các loại nấm ăn; đồng thời cũng tìm hiểu những thông tin phản hồi về từng chủng loại sản phẩm trên các thị trường khác nhau tại vùng đồng bằng sông Hồng (Chi tiết tại phụ lục 1.4).

### ***2.2.3. Phương pháp thu thập dữ liệu và thông tin***

#### ***2.2.2.1. Dữ liệu và thông tin thứ cấp***

Tài liệu từ các sách, báo, tạp chí, công trình nghiên cứu liên quan, tư liệu có liên quan trong và ngoài nước. Các tài liệu này giúp cho nắm bắt một số thông tin cần thiết cho đề tài.

- + Các tạp chí chuyên ngành nói chung và kinh tế nông nghiệp nói riêng.

- + Kế thừa kết quả của các công trình nghiên cứu khoa học liên quan đã được công bố bao gồm cả trong và ngoài nước.

- + Các báo cáo kết quả về tình hình sản xuất, tiêu thụ nấm ăn của các địa phương liên quan đến đề tài.

- + Các báo cáo của cơ quan chuyên môn, quản lý Nhà nước trong lĩnh vực nông nghiệp và sản xuất nấm ăn.

- + Thông qua các ý kiến đánh giá, nhận xét của các chuyên gia trong lĩnh vực nghiên cứu, phát triển sản xuất nấm ăn.

### *2.2.2.2. Dữ liệu và thông tin sơ cấp*

Để có nguồn tài liệu này, chúng tôi cần phải tiến hành quan sát và theo dõi hoạt động thực tiễn. Bên cạnh đó, ngoài việc trao đổi và khảo sát các thông tin liên quan đến hệ ngành hàng và các hoạt động của các tác nhân liên qua đến ngành hàng thì cũng tiến hành tham gia điều tra chọn mẫu đại diện cho các tác nhân tham gia ngành hàng. Đề tài tiến hành thu thập thông tin và số liệu bằng các phương pháp sau:

#### *a) Thảo luận trực tiếp với lãnh đạo các địa phương*

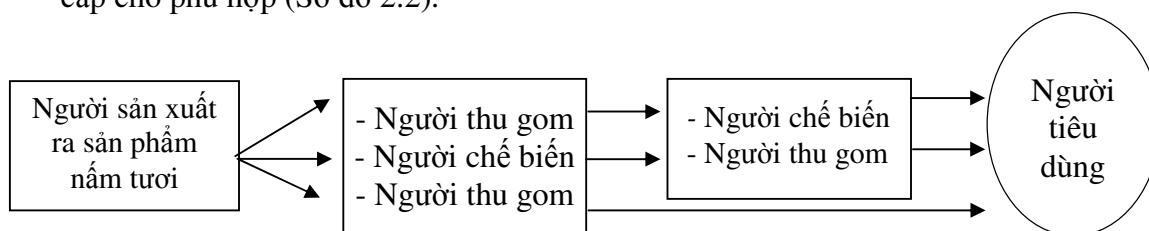
Việc thu thập thông tin còn được thực hiện thông qua thảo luận với lãnh đạo các cơ quan quản lý nhà nước chuyên ngành như: Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Khoa học và Công nghệ, Trung tâm Khuyến nông - Khuyến lâm và Khuyến ngư, các cán bộ của làm công tác chuyên môn thuộc các đơn vị trên; lãnh đạo các cơ quan quản lý hành chính địa phương như: Ủy ban nhân các huyện, xã của các tỉnh thuộc địa bàn nghiên cứu. Nội dung tìm hiểu về tình hình phát triển sản xuất và tiêu thụ nắm ăn trên địa bàn, công tác quy hoạch, quy mô, sản lượng, năng suất, các chính sách của địa phương đối với phát triển nắm ăn; những thuận lợi, khó khăn cũng như phương hướng phát triển trong thời gian tới. Đồng thời, chúng tôi phối hợp với các cán bộ phụ trách chuyên môn tại các địa phương để được hỗ trợ trong công tác khảo sát thực tế tại các cơ sở.

#### *b) Đánh giá nhanh nông thôn RRA (Rural Rapid Appraisal)*

Sau khi làm việc với các lãnh đạo các cơ quan quản lý nhà nước địa phương về phát triển ngành hàng nắm ăn để có nắm bắt được tình hình chung của địa bàn nghiên cứu, với sự hỗ trợ của cán bộ huyện tiến hành khảo sát ở các xã thông qua các công cụ đánh giá nhanh như phỏng vấn bán cấu trúc, quan sát thực tế. Trong quá trình đi xuống địa phương và tiếp cận với các hộ nông dân, chúng tôi đã sử dụng phương pháp quan sát để thu thập một số thông tin chung từ thực tế: về hiện trạng cơ sở hạ tầng, kinh tế - xã hội, quy mô sản xuất, điều kiện sản xuất của các cơ sở tại địa bàn cần nghiên cứu.

Trên cơ sở nắm bắt các thông tin, đề tài sử dụng phương pháp chuẩn đoán nhanh ngành hàng để tiến hành xác định các tác nhân trong ngành hàng nắm ăn trên

cơ sở thiết lập sơ đồ các tác nhân để lựa chọn các đơn vị điều tra thu thập số liệu sơ cấp cho phù hợp (Sơ đồ 2.2).



**Sơ đồ 2.2. Các tác nhân tham gia ngành hàng nấm ăn**

*c) Đánh giá nhanh có sự tham gia PRA (Participatory Rural Appraisal)*

Để thuận lợi hơn cho quá trình nghiên cứu, trước khi đi điều tra các cơ sở sản xuất, thu gom, phân phối và chế biến nấm ăn, các công cụ PRA đã được áp dụng để tìm hiểu sơ lược về tình hình sản xuất, kỹ thuật cũng như những thuận lợi, khó khăn trong phát triển sản xuất bao gồm:

*- Thảo luận nhóm*

Các cuộc thảo luận với nhóm từ 5 đến 10 nông hộ đại diện đã được tiến hành để đánh giá nhanh tình hình sản xuất, kinh doanh trên địa bàn, những khó khăn hiện nay đang gặp phải. Kết quả thảo luận nhóm làm nền tảng cho kiểm tra chéo các kết quả phỏng vấn của hộ và lựa chọn hộ để phỏng vấn sâu.

*- Phỏng vấn người cung cấp thông tin chủ yếu*

Là phương pháp phỏng vấn để thu thập thông tin ở những người nắm thông tin chuyên sâu về thực trạng sản xuất kinh doanh nấm ăn, những thuận lợi, khó khăn cũng như là những gợi ý chung nhất về những định hướng và giải pháp chủ yếu về vấn đề nghiên cứu. Lãnh đạo và các cán bộ của Trung tâm công nghệ sinh học thực vật thuộc Viện di truyền nông nghiệp, Cục Trồng trọt thuộc Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và cán bộ xã đã được phỏng vấn sâu để tìm hiểu tình hình chung về thực tiễn thực và định hướng phát triển nấm ăn trong thời gian tới.

*- Phỏng vấn nhóm cán bộ chuyên môn*

Một số cán bộ chuyên môn của các doanh nghiệp, các cán bộ kỹ thuật của Trung tâm công nghệ sinh học thực vật thuộc Viện di truyền nông nghiệp, một số

giảng viên, chuyên gia đầu ngành của Việt Nam về nghiên cứu nấm ăn cũng được phỏng vấn để nắm được tình hình sản xuất kinh doanh và tiêu thụ nấm ăn cùng với một số lĩnh vực khác có liên quan đến đề tài.

#### **2.2.4. Phương pháp tổng hợp thông tin và xử lý số liệu**

- *Kiểm chứng số liệu:* Sau khi số liệu thu thập về, chúng tôi kiểm chứng lại thông qua việc “làm sạch” số liệu, loại bỏ những biểu, những phiếu thu thập thông tin không đáng tin cậy.

- *Phân loại số liệu theo phương pháp phân tổ thống kê:* Với những mục tiêu điều tra và phân tích khác nhau, việc tổng hợp tài liệu trên cơ sở phương pháp thống kê theo các tác nhân tham gia với các yếu tố tác động đến phát triển ngành hàng nấm ăn. Trên cơ sở số liệu đã được thu thập, tổng hợp, việc phân tích số liệu được vận dụng theo phương pháp thống kê kinh tế, phương pháp so sánh, phương pháp phân tích ngành hàng...

- *Phương pháp xử lý số liệu:* Thông tin, số liệu được tổng hợp thành cơ sở dữ liệu lưu trữ ở chương trình excell. Chúng tôi tiến hành sử dụng phần mềm SPSS, excell và hệ thống phần mềm phân tích dữ liệu trên máy tính song song Trung tâm tính toán và tích hợp dữ liệu.

#### **2.2.5. Phương pháp phân tích**

##### **2.2.5.1. Phương pháp thống kê kinh tế**

\* *Thống kê mô tả:* Trong nghiên cứu này, phương pháp thống kê mô tả nhằm phân tích thực trạng phát triển ngành hàng từ khâu sản xuất đến thu gom sơ chế phân phối, bán lẻ và chế biến sản phẩm nấm ăn, bao gồm ba nội dung chính: i) *Phản ánh mức độ* (dùng các chỉ tiêu tổng hợp bao gồm số tuyệt đối, số tương đối và số bình quân, tần suất); ii) *Phản ánh tình hình biến động* (dùng dãy số và chỉ số về tình hình biến động trong sản xuất và kinh doanh); iii) *Phản ánh mối quan hệ* (dùng phương pháp phân tổ thống kê, đồ thị... thể hiện mối quan hệ giữa các chủ thể trong ngành kinh tế). Các phương pháp trên dùng để đánh giá thực trạng hoạt động của các tác nhân và các yếu tố ảnh hưởng tới các tác nhân tham gia trong ngành hàng nấm ăn.

\* *Phương pháp so sánh*: Đây là phương pháp khá phổ biến, phương pháp này là phương pháp đối chiếu các chỉ tiêu, nghĩa là xem xét các chỉ tiêu so sánh với các chỉ tiêu đã có để làm chỉ tiêu cơ sở. Trên cơ sở đó đánh giá các mặt phát triển hay không phát triển, hiệu quả hay không hiệu quả. Qua đó, xác minh hướng biến động của các chỉ tiêu cần phân tích, để đưa ra phương pháp quản lý tối ưu nhất. Tùy thuộc vào mục đích sử dụng cụ thể của phân tích mà phương pháp so sánh được sử dụng linh hoạt.

Để áp dụng phương pháp so sánh cần phải đảm bảo các điều kiện so sánh được các chỉ tiêu tài chính (thống nhất về không gian, thời gian, nội dung, tính chất và đơn vị tính...) và theo mục đích phân tích này xác định gốc so sánh. Gốc so sánh được chọn là gốc về thời gian hoặc không gian, kỳ phân tích được chọn là kỳ báo cáo hoặc kế hoạch, giá trị so sánh có thể lựa chọn bằng số tuyệt đối, số tương đối hoặc số bình quân, nội dung so sánh bao gồm:

+ So sánh giữa số thực của kỳ này với số thực của kỳ trước để thấy rõ xu hướng thay đổi theo thời gian của các tác nhân tham gia ngành hàng. Đánh giá sự tăng trưởng hay thụt lùi trong hoạt động để có biện pháp khắc phục trong thời gian tới.

+ So sánh theo chiều dọc để xem xét tỷ trọng của từng chỉ tiêu so với tổng thể. So sánh theo chiều ngang của nhiều kỳ để thấy được sự biến động cả về số tương đối và số tuyệt đối của một chỉ tiêu nào đó qua các niên độ cụ thể của từng công đoạn của ngành hàng liên tiếp.

#### *2.2.5.2. Phương pháp phân tích ngành hàng*

Ngành hàng là tập hợp các tác nhân kinh tế đóng góp trực tiếp vào việc tạo ra các sản phẩm cuối cùng. Phân tích ngành hàng (Commodity Chain Analysis) là phân tích một chuỗi hàng hóa liên tiếp từ khâu sản xuất đến khâu chế biến và tiêu thụ hàng hóa (Phạm Văn Đình, 1999). Các tác nhân trong ngành hàng nắm ăn có mối quan hệ mật thiết với nhau. Sản phẩm của tác nhân đứng trước được coi là yếu tố đầu vào của tác nhân đứng kế sau nó. Sự dịch chuyển liên tiếp giữa các tác nhân tạo thành một chuỗi các hoạt động kinh tế liên tiếp. Phân tích ngành hàng góp phần làm sáng tỏ thực trạng sản xuất, kinh doanh và vai trò của từng

tác nhân; tác động của các yếu tố đến mỗi tác nhân, trên cơ sở đó có biện pháp tác động phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả của sản phẩm nấm ăn trong ngành hàng.

### 2.2.5.3. Phương pháp ma trận SWOT

Mô hình phân tích SWOT là một công cụ rất hữu dụng cho việc nắm bắt và ra quyết định trong mọi tình huống đối với bất cứ tổ chức nào. SWOT cung cấp một công cụ phân tích chiến lược, rà soát và đánh giá vị trí, định hướng trong sản xuất kinh doanh, nhất là các đề án phát triển sản phẩm mới.

SWOT phù hợp với làm việc và phân tích theo nhóm, được sử dụng trong việc lập kế hoạch kinh doanh, xây dựng chiến lược, đánh giá đối thủ cạnh tranh, tiếp thị, phát triển sản phẩm và dịch vụ...

Việc lập kế hoạch trên thực tế là một công cụ không thể thiếu của nhà quản lý và giống như mọi công cụ khác nó đòi hỏi nhà quản lý phải có kỹ năng sử dụng một cách chuyên nghiệp.

<b>MA TRẬN SWOT</b>	<b>Cơ hội (O)</b> Chủ trương phát triển của Nhà nước, khoa học công nghệ phát triển và hội nhập kinh tế quốc tế	<b>Thách thức (T)</b> Ảnh hưởng của đô thị hóa đến các địa phương, biến đổi khí hậu và tác động của hội nhập quốc tế.
<b>Điểm mạnh (S)</b> Điều kiện sản xuất, thị trường tiêu thụ, kết cấu hạ tầng phục vụ phát triển ngành hàng nấm ăn.	<b>Chiến lược S – O</b> Sử dụng các điểm mạnh để khai thác triệt để các cơ hội	<b>Chiến lược S – T</b> Sử dụng các điểm mạnh để giảm thiểu các nguy cơ
<b>Điểm yếu (W)</b> Quy mô và tập quán sản xuất, ứng dụng khoa học công nghệ, công tác quản lý nhà nước từ giống đến chất lượng sản phẩm.	<b>Chiến lược W – O</b> Hạn chế các điểm yếu để khai thác các cơ hội	<b>Chiến lược W – T</b> Tối thiểu hóa điểm yếu để né tránh các nguy cơ

Phân tích SWOT là phân tích các yếu tố môi trường bên ngoài mà các tổ chức sản xuất, kinh doanh phải đối mặt (các cơ hội và nguy cơ) cũng như các yếu tố thuộc môi trường nội bộ tổ chức (các điểm mạnh và điểm yếu). Đây là một việc làm khó đòi hỏi nhiều thời gian, công sức, chi phí, khả năng thu nhập, phân tích và xử lý thông tin sao cho hiệu quả nhất. Kết quả của quá trình phân tích SWOT phải đảm bảo được tính cụ thể, chính xác, thực tế và khả thi vì các tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp sẽ sử dụng kết quả đó để thực hiện những bước tiếp theo như: hình thành chiến lược, mục tiêu chiến lược chiến thuật và cơ chế kiểm soát chiến lược cụ thể.

### **2.2.6. Hệ thống các chỉ tiêu nghiên cứu trong đề tài**

#### **2.2.6.1. Nhóm chỉ tiêu thể hiện điều kiện sản xuất nấm ăn**

- Diện tích đất dành cho sản xuất nấm ăn ( $m^2$ )
- Diện tích nhà xưởng sản xuất nấm ăn ( $m^2$ )
- Vốn đầu tư cho sản xuất nấm ăn (1.000 đồng)
- Tổng số lao động của gia đình (người)
- Lao động sử dụng vào sản xuất nấm ăn (người)
- Tổng sản lượng nguyên liệu đầu vào phục vụ cho sản xuất nấm ăn (tấn)

#### **2.2.6.2. Nhóm chỉ tiêu phân tích kết quả ngành hàng nấm ăn**

- Chung loại nấm ăn sản xuất bình quân/đợt
- Số lượng nguyên liệu đầu vào cho sản xuất nấm ăn bình quân/đợt
- Năng suất nấm tươi tính bình quân trên 1 tấn nguyên liệu sản xuất hay bình quân 1 đơn vị diện tích trồng nấm được gọi là hiệu suất sử dụng nguyên liệu.

- Sản lượng nấm hàng năm gồm nấm ăn tươi và nấm sơ chế.
- Giá bán trung bình các chủng loại nấm ăn
- Giá trị sản xuất (GO – Gross Output): Là giá trị sản xuất của từng chủng loại nấm được lựa chọn nghiên cứu trong đề tài.

- Chi phí trung gian (IC – Intermediate Cost): Là chi phí về những yếu tố vật chất tham gia vào quá trình sản xuất – kinh doanh. Chi phí trung gian trong ngành (Inside) được tính theo chi phí vật chất của luồng vật chất tạo nên sản phẩm. Sản phẩm của các tác nhân đứng trước thuộc chi phí trung gian của các tác nhân đứng kế sau nó. Các chi phí trung gian khác là những chi phí trung gian ngoài ngành.



- Giá trị gia tăng (VA – Value Added): Là giá trị mới tạo thêm của mỗi tác nhân do hoạt động kinh tế về việc sử dụng tài sản cố định, vốn và lao động đem lại. Giá trị gia tăng thô là một trong những thước đo quan trọng trong việc đánh giá kết quả và hiệu quả sử dụng nguồn lực trong sản xuất kinh doanh. Các bộ phận của giá trị gia tăng thô bao gồm:

+ Chi phí về tiền lương và phụ cấp (W - Wage): khác với phân tích kinh tế, trong phân tích tài chính người ta không tính đến lao động của gia đình mà chỉ tính đến lao động thuê ngoài (chi phí bỏ ra để thuê lao động).

+ Thuế và các khoản phải nộp (T- Taxes): là các khoản thuế và các khoản phải nộp mà tác nhân phải đóng cho Nhà nước.

+ Chi phí khác về tài chính (FF- Financial Fee): là khoản trả lãi tiền vay nộp bảo hiểm và các chi phí tài chính khác của tác nhân. Nếu tác nhân chỉ sử dụng vốn tự có, không phải trả tiền vay thì sẽ không có chi phí về tài chính.

- Lãi gộp, lãi ròng (GPr và NPr):

+ Lãi gộp (GPr – Gross Profit): là khoản lợi nhuận thu được sau khi trừ đi tiền thuê lao động, thuế và chi phí về tài chính.

$$\mathbf{GPr = VA - (W + T + FF)}$$

Nếu lãi gộp  $GPr > 0$  có nghĩa là tác nhân đã thu được khoản lãi trong kinh doanh. Lãi gộp GPr là yếu tố linh hoạt, nó biến đổi theo sự biến đổi của các đẳng thức trên, GPr cũng có thể âm, dương hay bằng 0. Lãi gộp GPr bao gồm: Hao mòn tài sản cố định A (Amotization) được tính hàng năm nhằm mục đích tái sản xuất tài sản cố định và lãi ròng NPr.

+ Lãi ròng NPr (Net Profit): Là phần lãi sau khi lấy lãi gộp trừ đi phần hao mòn tài sản cố định.  $NPr = GPr - A$ . Lãi ròng cũng có thể là số dương, âm hay bằng 0. Lãi ròng là một chỉ tiêu chất lượng tổng hợp phản ánh kết quả cuối cùng của quá trình sản xuất kinh doanh.

### *2.2.6.3. Nhóm chỉ tiêu phân tích hiệu quả kinh tế ngành hàng năm ăn*

- Giá trị sản xuất/1 đơn vị chi phí trung gian (GO/IC)

- Giá trị gia tăng/1 đơn vị chi phí trung gian (VA/IC)

- Lãi gộp/1 đơn vị chi phí trung gian (GPr/IC)

- Lãi ròng/1 đơn vị chi phí trung gian (NPr/IC)
- Giá các nguyên liệu, vật tư đầu vào phục vụ sản xuất nấm ăn (1.000 đ)
- Giá nấm ăn (tươi và sơ chế) các loại nấm (1.000đ/kg)
- Ngày công lao động từ việc làm khác (1.000đ)
- Lượng vốn có khả năng huy động cho sản xuất nấm ăn (1.000đ)
- Số lượng lao động có thể huy động cho sản xuất nấm ăn (người)
- Đất đai có khả năng huy động cho sản xuất nấm ăn (m<sup>2</sup>)

#### *2.2.6.4. Nhóm chỉ tiêu đánh giá mối quan hệ giữa các tác nhân trong ngành hàng nấm ăn*

- Chất lượng dịch vụ khoa học và công nghệ: Tỷ lệ các cơ sở áp dụng giống nấm, quy trình sản xuất, bảo quản sơ chế và chế biến hợp chuẩn.
  - Tỷ lệ sản phẩm tiêu thụ theo từng kênh và cơ cấu chủng loại tiêu thụ.
  - Tỷ lệ các cơ sở đăng ký nhãn mác sản phẩm hàng hóa, thương hiệu và thường xuyên cải tiến mẫu mã bao bì sản phẩm.
  - Tỷ lệ các cơ sở, doanh nghiệp có mối liên kết thường xuyên với các tác nhân khác trong ngành hàng.
  - Tỷ lệ sản phẩm được tiêu thụ thông qua hợp đồng

## **TÓM TẮT CHƯƠNG 2**

Qua nghiên cứu tìm hiểu địa bàn nghiên cứu, chúng tôi nhận thấy với những điều kiện tự nhiên đặc trưng của miền Bắc, đồng thời với những lợi thế về nguyên liệu, lao động, cơ sở vật chất của vùng đồng bằng sông Hồng hội tụ đầy đủ các điều kiện để phát triển sản xuất nấm ăn và trở thành ngành hàng thế mạnh trong ngành nông nghiệp của vùng góp phần vào tổng sản lượng nấm của toàn quốc.

Trong chương này, chúng tôi đặt mục tiêu xác định được khung nghiên cứu chính, phương pháp và hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu làm công cụ tiến hành nghiên cứu đề tài. Trên cơ sở khung phân tích, chúng tôi tiến hành phương pháp chọn điểm nghiên cứu để lựa chọn địa bàn, phân vùng nghiên cứu; sử dụng các phương pháp thu thập tài liệu để khảo sát thực tế về ngành hàng nấm ăn ở vùng đồng bằng sông

Hồng. Lựa chọn đối tượng cần khảo sát với tổng là 1500 mẫu trên 4 loại phiếu hỏi khác nhau bao gồm: i) Các cơ sở sản xuất nấm ăn là 574; Cơ sở thu gom, sơ chế là 110; Các đối tượng bán buôn và bán lẻ là 150; Các cơ sở chế biến xuất khẩu là 6; Người tiêu dùng nấm là 660. Ngoài ra, chúng tôi còn sử dụng phương pháp này để thu thập các tài liệu có sẵn như các chính sách của Nhà nước, chính quyền địa phương, các nghiên cứu trước đây, các báo cáo tham dự hội nghị chuyên ngành nhằm đánh giá thực trạng và những định hướng cho phát triển của ngành hàng nấm ăn của các tác giả trong nước cũng như nước ngoài.

Về phương pháp phân tích, chúng tôi sử dụng các phương pháp phân tích thông kế kinh tế và phân tích SWOT để triển khai phân tích số liệu khảo sát. Các thông tin được xử lý trên phần mềm excell và SPSS. Dựa trên khung phân tích và các phương pháp nghiên cứu để tiến hành xác định thực trạng, tiềm năng và định hướng phát triển ngành hàng nấm ăn của vùng nghiên cứu; đồng thời cũng xác định các tác nhân tham gia ngành hàng thông qua thu thập tài liệu sẵn có kết hợp với khảo sát thực tế.

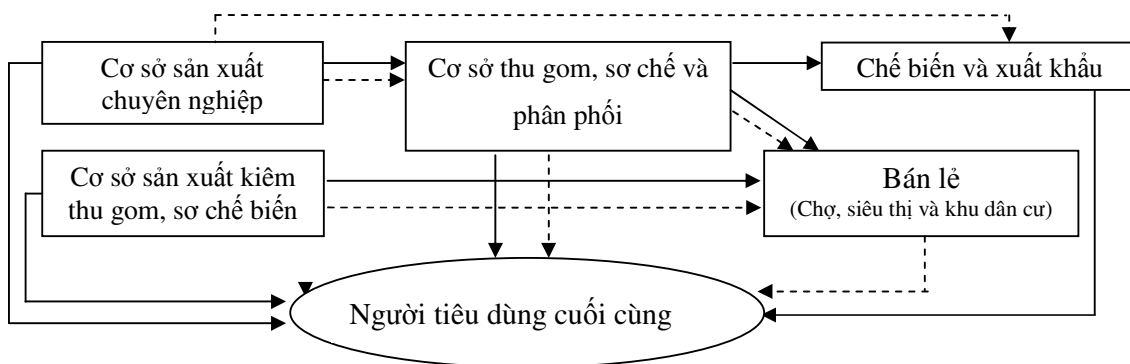
Trên cơ sở số liệu thu thập, điều tra kết hợp với sử dụng hệ thống các chỉ tiêu nghiên cứu về phát triển ngành hàng nấm ăn bao gồm: i) Nhóm hệ thống chỉ tiêu thể hiện điều kiện sản xuất nấm như diện tích nhà xưởng sản xuất nấm, vốn đầu tư, lao động, nguyên liệu đầu vào...; ii) Nhóm chỉ tiêu phân tích kết quả ngành hàng nấm ăn như năng suất, cơ cấu chủng loại nấm ăn, giá bán các loại sản phẩm, giá trị sản xuất, chi phí trung gian, giá trị gia tăng (chi phí tiền lương, thuế và các khoản phải nộp, chi phí tài chính khác, lãi gộp, lãi ròng); iii) Nhóm chỉ tiêu phân tích hiệu quả kinh tế ngành hàng nấm ăn gồm: Giá trị sản xuất/1 đơn vị chi phí trung gian, giá trị gia tăng/1 đơn vị chi phí trung gian, lãi gộp/1 đơn vị chi phí trung gian, lãi ròng/1 đơn vị chi phí trung gian và các chỉ tiêu khác làm cơ sở để đánh giá phân tích hiệu quả kinh tế của ngành hàng nấm ăn; iv) Nhóm chỉ tiêu phản ánh mối quan hệ giữa các tác nhân gồm: Chất lượng dịch vụ khoa học kỹ thuật, cơ cấu chủng loại nấm ăn, tỷ lệ tiêu thụ sản phẩm qua các kênh, thông qua hợp đồng, mối quan hệ với các tác nhân khác trong ngành hàng.

**Chương 3**  
**THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN NGÀNH HÀNG NẤM ĂN**  
**VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG HỒNG**

**3.1. Sơ đồ ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng**

**3.1.1. Sơ đồ tổng quát**

Sơ đồ tổng quát ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng được mô tả tại sơ đồ 3.1.



**Sơ đồ 3.1. Sơ đồ ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng**

—————> Kênh phân phối nấm tươi      - - - - -> Kênh phân phối nấm khô

Khảo sát thực trạng hoạt động ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng trong những năm gần đây chúng tôi nhận thấy, các tác nhân chính tham gia vào quá trình chu chuyển nấm tươi bao gồm: Tác nhân sản xuất (các cơ sở sản xuất nấm ăn gồm có hộ gia đình, trang trại và hợp tác xã). Trong đó tác nhân này được xác định bởi hai loại hình đó là: các cơ sở chuyên sản xuất và các cơ sở vừa sản xuất lại vừa kiêm nhiệm vụ thu gom, sơ chế biến nấm ăn theo yêu cầu của chính quyền địa phương hoặc tự phát. Đây cũng có thể nói là một tác nhân rất đặc thù trong ngành hàng nấm hiện nay ở vùng đồng bằng sông Hồng; Tác nhân thu gom và sơ chế (các hợp tác xã và doanh nghiệp); Tác nhân chế biến xuất khẩu (các doanh nghiệp chế biến nấm ăn); Tác nhân phân phối (các thương lái gồm: bán buôn tại các chợ đầu mối cho các siêu thị, nhà hàng, khách sạn với số lượng tương đối lớn và ổn định; bán lẻ tại các chợ và khu dân cư).

Để có cơ sở trong việc xem xét, đánh giá hiện trạng ngành hàng nấm ăn trong những năm qua, đề tài tập trung vào làm sáng tỏ mối quan hệ giữa các tác nhân tham gia trong ngành hàng nấm ăn đó là: i) Tác nhân sản xuất; ii) Tác nhân thu gom sơ chế và phân phối; iii) Tác nhân chế biến và xuất khẩu; iv) Tác nhân bán lẻ. Từ đó, nghiên cứu và đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm phát triển ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng trong thời gian tới.

### ***3.1.2. Dòng và kênh tiêu thụ sản phẩm***

Mặc dù số lượng các tác nhân tham gia ngành hàng nấm ăn khá đa dạng, nhưng sản phẩm chính của hệ thống các kênh phân phối vẫn là nấm tươi (nấm rơm, nấm mỡ, nấm sò) và mộc nhĩ khô. Riêng đối với nấm mộc nhĩ là sản phẩm đặc thù chủ yếu được tiêu thụ ở dạng khô, nấm tươi chưa hình thành ở Việt Nam. Trong quá trình điều tra khảo sát tại các cơ sở sản xuất nấm mộc nhĩ, chúng tôi đã tiến hành điều tra theo sản lượng khô. Qua tìm hiểu vấn đề tiêu thụ nấm ăn của vùng đồng bằng sông Hồng nói riêng chúng tôi xác định có 4 kênh tiêu thụ nấm ăn là chủ yếu:

- + Kênh 1: trực tiếp từ nhà sản xuất đến người tiêu dùng cuối cùng
- + Kênh 2: Cơ sở sản xuất -> Cơ sở thu gom -> người tiêu dùng
- + Kênh 3: Cơ sở sản xuất -> Cơ sở thu gom, sơ chế -> Chế biến và xuất khẩu
- + Kênh 4: Cơ sở sản xuất -> Cơ sở thu gom, sơ chế và phân phối -> Bán lẻ ->

người tiêu dùng.

Thông qua kết quả phỏng vấn và điều tra tại vùng đồng bằng sông Hồng cho thấy: i) Kênh 1 là người sản xuất bán trực tiếp cho người tiêu dùng kênh này thu hồi vốn nhanh không thông qua khâu trung gian nào, giá bán thấp, khối lượng mua bán thấp chỉ đạt 10% tổng sản lượng và chủ yếu tập trung các cơ sở sản xuất có quy mô dưới 1 tấn nguyên liệu/năm. Đây chỉ là một kênh tham gia vào chuỗi bán hàng để làm phong phú thêm đối tượng khách hàng cho ngành hàng; ii) Kênh 2 từ nhà sản xuất -> nhà thu gom -> người tiêu dùng, kênh này đang được hình thành khá rộng khắp, có khối lượng sản phẩm thu mua qua kênh này lớn, nhưng việc thu mua vẫn nhỏ lẻ vì khối lượng thu gom xong lại bán cho người tiêu dùng trong ngoài vùng nhưng rất hạn chế do thiếu hụt về lượng nhất là vào các ngày lễ, hội và cuối

năm. Khối lượng lưu thông sản phẩm chiếm 75% tổng khối lượng sản xuất của các cơ sở sản xuất tập trung có quy mô từ 3 tấn nguyên liệu trở lên như trang trại, HTX trên toàn vùng và khối lượng này thường do các thương lái đảm nhận việc lưu thông sản phẩm năm ăn; iii) Kênh 3 và 4 xét trên góc độ lý thuyết được cho rằng là kênh tiêu thụ có khối lượng lớn và hoàn thiện nhất trong ngành hàng năm ăn. Tuy nhiên, các kênh này mới được hình thành trong thời gian qua, do vậy khối lượng lưu thông còn rất hạn chế chỉ đạt được 15% so với tổng khối lượng sản phẩm năm sản xuất ra. Để phát triển và xây dựng vùng sản xuất rộng khắp, có quy mô sản xuất lớn chúng ta nên chú trọng đến kênh tiêu thụ 3 và 4. Bởi vì khối lượng tiêu thụ qua các kênh này có khối lượng lớn, thường xuyên, giá trị kinh tế lớn, mang lại nhiều lợi ích cho người sản xuất và xã hội. Do vậy, các nhà hoạch định chính sách và quản lý nhà nước cần phải có những giải pháp nhằm thúc đẩy mối liên kết giữa các tác nhân tham gia ngành hàng năm ăn.

### **3.2. Thực trạng hoạt động của các tác nhân trong ngành hàng năm ăn**

#### **3.2.1. Tác nhân sản xuất**

##### *3.2.1.1. Hình thức tổ chức sản xuất*

###### *a) Sản xuất năm quy mô hộ gia đình*

Mỗi hộ gia đình sản xuất nông nghiệp trồng lúa đều có rơm rạ sau khi thu hoạch. Tận dụng nguồn rơm rạ có sẵn của gia đình và sức lao động tại chỗ, trong thời gian nông nhàn để sản xuất năm. Hộ gia đình có thể sản xuất nhiều loại năm khác nhau tùy theo mùa vụ và khả năng tổ chức của chủ hộ.

Quy mô gia đình có thể sản xuất tới 10 - 15 tấn nguyên liệu/năm. Sản phẩm được tiêu thụ dưới các dạng năm tươi, năm sấy, phơi khô, năm muối. Từ mô hình hộ gia đình sản xuất là cơ sở để phát triển thành làng nghề, trong đó có các trang trại, hợp tác xã. Ở nhiều địa phương các hộ gia đình sản xuất lâu năm có kinh nghiệm đã trở thành đầu mối tiếp nhận khoa học công nghệ, phân phối cung ứng vật tư giống năm và tham gia vào khâu thu gom và tiêu thụ sản phẩm. Với nguồn nguyên liệu và lao động sẵn có, mức đầu tư kinh phí sản xuất năm tại gia đình để mua giống năm và các vật tư thiết yếu, nguồn vốn khoảng 10 triệu đồng, diện tích nhà (lán trại) 100m<sup>2</sup>.

Đối với loại hình tổ chức sản xuất này rất cơ động phù hợp với nông hộ, tận dụng được mọi nguồn lực và kiêm nhiệm với sản xuất nông nghiệp như: nhà xưởng tận dụng, lao động nông nhàn, nguyên liệu sẵn có và nguồn vốn đầu tư ít, chủng loại sản phẩm nấm ăn đơn điệu, độc canh, sản lượng ít và không ổn định; đồng thời phụ thuộc vào điều kiện tự nhiên, chịu tác động không nhỏ của biến đổi khí hậu toàn cầu dẫn đến năng suất, chất lượng nấm ăn các loại không ổn định và làm tăng chi phí sản xuất. Ngoài ra, loại hình tổ chức sản xuất này rất khó áp dụng khoa học kỹ thuật mới nhằm cải tiến và nâng cao hiệu quả sản xuất nấm. Vấn đề tiêu thụ sản phẩm trong các hộ gia đình cũng chỉ tập trung chủ yếu ở kênh 1 và 2 của ngành hàng nấm ăn, đối với các kênh tiêu thụ khác thì loại hình tổ chức sản xuất kiểu này trong tác nhân sản xuất rất khó tham gia và không đáp ứng được yêu cầu do sự manh mún, thiếu chuyên nghiệp. Đây cũng chính là vấn đề tồn tại lớn nhất đối với mô hình sản xuất hộ gia đình trong sản xuất hàng hóa của nền kinh tế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế.

#### *b) Trang trại sản xuất nấm*

Theo tiêu chí đánh giá sản xuất trang trại căn cứ vào mức thu nhập đạt trên 50 triệu/năm (lãi ròng), hoặc căn cứ vào diện tích sử dụng nhà xưởng, vườn, ruộng. Trong sản xuất nấm theo quy mô trang trại diện tích trang trại trồng nấm tối thiểu cần 2.000 - 3.000 m<sup>2</sup> gồm: nơi tập kết, dự trữ nguyên liệu, khu sản xuất và các nhà xưởng, khu xử lý bã thải, đường nội bộ... Nguồn nguyên vật liệu được thu gom tại địa phương hoặc mua từ các nơi khác (mùn cưa, bã mía...). Số lượng từ vài chục đến vài trăm tấn nguyên liệu. Lao động sử dụng trong trang trại được thuê trong giai đoạn nông nhàn theo thời vụ. Có người quản lý, điều hành sản xuất chuyên nghiệp nắm bắt được kỹ thuật và biết cách tổ chức sản xuất nấm theo mùa vụ, theo thị trường, trình độ, kinh nghiệm.

Hình thức tổ chức sản xuất nấm theo quy mô trang trại trong tác nhân sản xuất đối với ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng là xu hướng dịch chuyển tất yếu từ quy mô hộ gia đình lên để phần nào đáp ứng được nền sản xuất hàng hóa với việc chuyên môn hóa và đa dạng hóa các chủng loại sản phẩm nấm ăn.

Hiện nay, theo số liệu điều tra khảo sát cho thấy trung bình mỗi xã từ 2 đến 3 trang trại quy mô sản xuất 30 – 50 tấn nguyên liệu/năm, loại hình tổ chức sản xuất này đang phát triển mạnh mẽ tại các địa phương bởi một số nguyên nhân khách quan và chủ quan như: i) Phù hợp với chủ trương của Nhà nước về khuyến khích phát triển sản xuất nông nghiệp theo quy mô trang trại, đồng thời đáp ứng được yêu cầu của các địa phương trong công tác dồn điền đổi thửa tạo ra nền nông nghiệp sản xuất hàng hóa, chuyên canh và chuyên môn hóa cao theo hướng hiện đại; ii) Tập hợp và huy động được mọi nguồn lực đầu tư vào sản xuất, đồng thời thúc đẩy được việc ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật cũng như từng bước cơ giới hóa các công đoạn trong sản xuất nắm ăn của tác nhân sản xuất; iii) Tạo ra một lượng hàng hóa tương đối ổn định và đa dạng hóa chủng loại sản phẩm nắm ăn để cung cấp cho thị trường, đồng thời cũng góp phần vào tạo dựng thị trường tiêu thụ sản phẩm và làm động lực thúc đẩy ngành hàng của từng địa phương phát triển. Tuy nhiên, mô hình sản xuất trang trại trong giai đoạn hiện nay đang tồn tại một số bất cập cần như: i) Ích sách về ruộng đất đối với công tác dồn điền đổi thửa vẫn chưa ổn định và thống nhất; ii) Các trang trại muốn mở rộng quy mô, tăng cường năng lực sản xuất về khoa học công nghệ, giống mới đối với các cơ quan chuyên môn sẽ thiếu tư cách pháp nhân, mọi hoạt động giao dịch phải thông qua chính quyền và các đoàn thể chính trị, xã hội khác của địa phương; iii) Chính sách về tín dụng, ngân hàng đối với các trang trại vẫn còn phức tạp về thủ tục hành chính, tỷ lệ cho vay thấp do tài sản của trang trại ít để thế chấp và mức độ tín chấp là rất hạn chế.

Đối với sản phẩm nắm của các trang trại được tiêu thụ dưới nhiều dạng khác nhau nhưng bán nắm tươi vẫn là giải pháp tối ưu đem lại hiệu quả trước mắt trong giai đoạn hiện nay. Tuy nhiên, ở những thời điểm mùa vụ thu hoạch rộ, sản lượng nhiều đều phải sơ chế dưới dạng muối hoặc sấy khô để cung ứng cho các nhà máy chế biến. Trong tiêu thụ sản phẩm nắm ăn, mô hình sản xuất trang trại tham gia chủ yếu vào kênh 3 và 4 của ngành hàng nắm ăn vùng đồng bằng sông Hồng bởi nó tạo ra một hàng hóa tương đối ổn định, phần nào đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng và làm nguyên liệu cho các nhà máy chế biến nắm phục vụ nội tiêu và xuất khẩu.



### *c) Hợp tác xã sản xuất nấm*

Hiện nay, bên cạnh mô hình trang trại là mô hình thành lập HTX sản xuất nấm phạm vi trong 1 thôn, 1 xã hoạt động theo luật HTX. Trong quản lý, điều hành là Chủ nhiệm trong giai đoạn trước kia hoặc Giám đốc theo Luật HTX được Quốc hội khóa XIII, kỳ họp thứ 4 thông qua ngày 20/11/2012 và các cán bộ chức năng theo cơ chế bầu trong các đại hội của HTX. Tuy nhiên nhiều địa phương cán bộ nòng cốt là của các hội đoàn thể khác như: Hội Nông dân, Hội Cựu chiến binh, Hội Phụ nữ... HTX trồng nấm là đơn vị kinh tế tập thể sản xuất nấm chủ yếu trong các gia đình hoặc tập trung, quy mô vài chục thành viên. Đây là cơ sở rất tốt để phát triển thành làng nghề. Khi đó HTX nấm là đầu mối cung ứng giống nấm, vật tư nguyên liệu và tiêu thụ các sản phẩm nấm chế biến của xã viên. Nguồn vốn và hiệu quả kinh tế của HTX nấm là sự đan xen giữa sản xuất nấm hộ gia đình và mô hình trang trại, tùy thuộc vào quy mô tổ chức sản xuất và cơ sở vật chất của HTX. Trong giai đoạn hiện nay, theo kết quả điều tra khảo sát mô hình HTX sản xuất – chế biến nấm đóng vai trò trung tâm, tạo mối liên kết cho phát triển ngành hàng nấm của địa phương. Các HTX được thành lập dựa trên nhu cầu phát triển của một nhóm hộ dưới sự chỉ đạo và bảo trợ của chính quyền địa phương ngoài việc phát triển kinh tế vẫn phải đóng vai trò hoạt động chính trị nhằm ổn định kinh tế - chính trị và trật tự an toàn xã hội như góp phần tạo việc làm cho cộng đồng, tăng thu nhập và làm cầu nối cho việc tiếp nhận các tiến bộ KHKT từ các cơ quan chuyên môn với địa phương, thúc đẩy mối liên kết đối với liên xã và liên vùng trong sản xuất và tiêu thụ nấm ăn. Tuy nhiên, việc mở rộng quy mô, phạm vi hoạt động sản xuất - kinh doanh, ứng dụng tiến bộ KHKT, cơ giới hóa sản xuất phải phụ thuộc vào nhiều thành viên góp vốn thông qua trong đó thành phần chủ lực là các hộ gia đình với trình độ và mức nhận thức còn nhiều hạn chế. Ngoài ra, vấn đề tín dụng và vốn cho HTX cũng tương tự như đối loại hình trang trại do vướng phải nguồn gốc tài sản là đa sở hữu nên rất khó tiếp cận với các dịch vụ tài chính, tín dụng ưu đãi.

Đối với tiêu thụ sản phẩm nấm ăn tại loại hình HTX là tương đối phong phú từ kênh tiêu thụ trực tiếp đến kênh tiêu thụ gián tiếp một cấp, hai cấp và ba cấp. Tuy

nhiên, theo kết quả điều tra 7 HTX trong vùng nghiên cứu cho thấy HTX nắm và HTX dịch vụ nông nghiệp đóng vai trò chủ đạo trong tiêu thụ sản phẩm nắm của các địa phương ở tất cả các kênh tiêu thụ của ngành hàng. Kênh 3 HTX đóng vai trò là cơ sở thu gom, bảo quản và sơ chế nắm ăn làm nguyên liệu phục vụ cho các nhà máy chế biến xuất khẩu thông qua các hợp đồng hợp tác liên kết sản xuất với các hộ gia đình và cơ sở sản xuất nắm khác của địa phương. Riêng đối với kênh 4, HTX ngoài nhiệm vụ như ở kênh 3 còn phải đảm nhận vai trò phân phối sản phẩm và điều phối sản lượng nắm ăn trên địa bàn theo tính chất mùa vụ để đảm bảo nguồn cung ứng cho thị trường tiêu thụ trong và ngoài địa phương, các thương lái và các nhà máy chế biến được ổn định và thông suốt.

#### *d) Doanh nghiệp sản xuất nắm theo hướng công nghiệp*

Trong nền kinh tế hội nhập và xuất khẩu tư bản đồng nghĩa với việc đầu tư ra bên ngoài nhất là vào các nước kém hoặc đang phát triển là xu hướng tất yếu của một xã hội phát triển. Hiện nay, theo số liệu điều tra 7/11 doanh nghiệp của toàn vùng đồng bằng sông Hồng cho thấy đã có một số cơ sở sản xuất nắm quy mô theo hướng công nghiệp được hình thành dưới dạng Công ty có vốn đầu tư nước ngoài (100%) hoặc liên doanh hoặc vốn trong nước. Các công ty sản xuất nắm theo hướng công nghiệp thường áp dụng quy trình công nghệ sản xuất một số loại nắm không phụ thuộc vào điều kiện tự nhiên với việc áp dụng thiết bị máy móc trong các khâu sản xuất có giá trị kinh tế cao thường được gọi là nắm ăn cao cấp. Phương thức áp dụng khoa học công nghệ cho sản xuất được các doanh nghiệp vận dụng là thuê chuyên gia trong nước và nước ngoài hoặc hợp đồng chuyển giao công nghệ. Để đảm bảo sản xuất nắm theo hướng công nghiệp các công ty, nhà máy sản xuất nắm phải có tiềm lực về kinh tế, cơ sở hạ tầng, tổ chức sản xuất và tiêu thụ tốt. Khai thác tốt các trang thiết bị công nghiệp và quy trình sản xuất công nghiệp cần có đội ngũ công nhân thạo việc, thợ lành nghề và chuyên môn hoá các công đoạn. Sản phẩm cuối cùng phải đạt các tiêu chuẩn đã đăng ký, có nhãn mác thương hiệu và bản quyền sở hữu công nghiệp.

Hiện nay, các nhà máy sản xuất nấm công nghiệp và bán công nghiệp đang được phát triển ở các địa phương do một số nguyên nhân cơ bản sau: i) Chính sách thu hút đầu tư nhất là trong lĩnh vực nông nghiệp và nấm ăn là loại cây trồng mới có nhiều tiềm năng phát triển được các địa phương chú trọng quan tâm, tạo điều kiện; ii) Nguyên liệu sản xuất nấm tại các địa phương dồi dào, nhân công sẵn có với giá chi phí thấp; iii) Mức đầu tư cho trang thiết bị, nhà xưởng phục vụ sản xuất nấm đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại các địa phương là rất phù hợp trong điều kiện nền kinh tế hiện nay; iv) Khoa học và công nghệ hiện nay từng bước được làm chủ cùng với thị trường tiêu thụ sản phẩm rộng mở. Tuy nhiên, theo nhu cầu của thị trường cũng như tốc độ phát triển của ngành nấm chưa theo kịp nên những nhà máy và doanh nghiệp này muốn đạt sản lượng lớn, đa dạng thì cần có nhiều hộ gia đình, trang trại trồng nấm làm vệ tinh cho sản xuất để tận dụng tối đa nguồn nguyên liệu và lao động của xã hội “tích tiểu thành đại”. Định hướng mang ý nghĩa kinh tế - xã hội sẽ giúp cho nghề nấm phát triển được ở nhiều vùng nông thôn và các vùng chuyên canh sản xuất nấm tạo ra sản phẩm nấm có giá thành rẻ, sức cạnh tranh cao. Đối với kênh tiêu thụ sản phẩm của ngành hàng nấm ăn cho thấy doanh nghiệp trong tác nhân sản xuất góp phần tạo ra sản lượng hàng hóa ổn định cung ứng cho thị trường phục vụ nhu cầu tiêu dùng trong nước và hướng tới xuất khẩu tại kênh 3. Riêng đối với kênh 4, loại hình tổ chức doanh nghiệp tạo động lực để thúc đẩy các tác nhân khác trong ngành hàng ngày một hoàn thiện và phát triển như: mẫu mã, bao bì, nhãn mác, chất lượng sản phẩm và chủng loại nấm cung ứng cho thị trường.

#### *3.2.1.2. Quy mô, cơ cấu và chủng loại sản phẩm*

Vai trò của các cơ sở sản xuất nấm ăn trong ngành hàng rất quan trọng, đây là nơi cung cấp sản phẩm chính của ngành hàng, trong chuỗi giá trị thì công đoạn này cho giá trị cao nhất trong các tác nhân tham gia ngành hàng. Theo đánh giá của các chuyên gia kỹ thuật và các nhà quản lý khoa học trong ngành hàng nấm ăn, vùng đồng bằng sông Hồng với đặc thù của 3 cụm vùng đã tạo nên những sản phẩm nấm đặc trưng riêng thể hiện rõ lợi thế cạnh tranh của từng cụm vùng. Từ đó, đã có những ảnh hưởng nhất định trong quy mô tổ chức, cơ cấu và chủng loại nấm ăn được sản xuất. Kết quả điều tra, khảo sát vùng đồng bằng sông Hồng với 3 cụm

vùng gồm: i) Cụm Tây Bắc gồm các tỉnh thành phố: Hà Nội, Vĩnh Phúc và Bắc Ninh; ii) Cụm phía Đông gồm các tỉnh thành phố: Hải Phòng, Quảng Ninh, Hải Dương và Hưng Yên; iii) Cụm phía Nam gồm các tỉnh: Thái Bình, Nam Định, Ninh Bình và Hà Nam. Trên cơ sở hiện trạng của vùng, đề tài tiến hành đánh giá, phân tích làm cơ sở để có những giải pháp phù hợp cho việc phát triển của từng cụm vùng trong tổng thể của ngành hàng. Toàn vùng đồng bằng sông Hồng có 5.804 cơ sở trực tiếp tham gia sản xuất nấm ăn và sử dụng khoảng 394,3 nghìn tấn nguyên liệu nhưng số nguyên liệu này mới chỉ đáp ứng chưa được 5% số nguyên liệu sẵn có của toàn vùng. Kết quả điều tra cho thấy rằng quy mô sản xuất của các cơ sở vẫn manh mún, các cơ sở sản xuất quy mô lớn chưa chiếm đến 30% tổng số của toàn vùng; cụm phía Nam tập trung 55,6% cơ sở sản xuất, trong đó quy mô lớn chiếm 56% tổng số của toàn vùng với đa dạng hình thức tổ chức sản xuất (Bảng 3.1).

**Bảng 3.1. Quy mô sản xuất và sản lượng nấm của vùng giai đoạn 2009 – 2011**

STT	Chỉ tiêu	Số lượng cơ sở phân theo quy mô sản xuất				Tổng số (cơ sở)
		< 1	1 – 3	3 – 5	> 5	
<b>tấn nguyên liệu/năm</b>						
1	Cụm Tây Bắc	311	256	157	302	1.026
2	Cụm phía Đông	229	391	474	456	1.550
3	Cụm phía Nam	484	807	968	969	3.228
	<b>Tổng cộng</b>	<b>1.024</b>	<b>1.454</b>	<b>1.599</b>	<b>1.727</b>	<b>5.804</b>

Nguồn: Tổng hợp báo cáo Sở Nông nghiệp và PTNT các tỉnh vùng ĐBSH (2012)

Theo kết quả điều tra khảo sát cho thấy quy mô, cơ cấu và chủng loại nấm ăn của vùng đồng bằng sông Hồng qua các năm không có sự thay đổi. Tuy nhiên, năm 2011 sản lượng các chủng loại nấm giảm so với năm 2010 bởi một số nguyên nhân: i) Ảnh hưởng của biến đổi khí hậu, nắng nóng bất thường kéo dài làm ảnh hưởng đến mùa vụ sản xuất và năng suất đối với nấm mỡ vụ đông; ii) Mưa lụt vào thời kỳ thu hoạch lúa làm ảnh hưởng đến chất lượng nguyên liệu đối với sản xuất nấm sò, nấm rơm; iii) Ngoài ra còn có sự biến động về giá đối với một số loại vật tư, nguyên liệu chuyên dùng cho sản xuất nấm ăn. Mặc dù vậy, sản lượng các chủng loại nấm

của toàn vùng vẫn tăng trưởng theo thời gian và chiếm 80% sản lượng toàn miền Bắc và khoảng 40% sản lượng năm của cả nước (Bảng 3.2).

**Bảng 3.2. Sản lượng và cơ cấu sản lượng nấm ăn sản xuất của vùng**

Chỉ tiêu	Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011		So sánh (%)		
	Sản lượng	Cơ cấu	Sản lượng	Cơ cấu	Sản lượng	Cơ cấu	2010/2009	2011/2010	BQ
	(tấn)	(%)	(tấn)	(%)	(tấn)	(%)			
Nấm sò	57,600	60	65,100	60	63,000	60	113	97	27.0
Nấm mỡ	19,200	20	21,700	20	21,000	20	113	97	9.0
Nấm rơm	9,600	10	10,850	10	10,500	10	113	97	4.5
Nấm mộc nhĩ	7,680	8	8,680	8	8,400	8	113	97	3.6
Một số loại nấm khác	1,920	2	2,170	2	2,100	2	113	97	0.9
<b>Tổng số</b>	<b>96,000</b>	<b>100</b>	<b>108,500</b>	<b>100</b>	<b>105,000</b>	<b>100</b>	<b>113</b>	<b>97</b>	<b>45.0</b>

Nguồn: Tổng hợp báo cáo Sở Nông nghiệp và PTNT các tỉnh vùng ĐBSH (2012)

### 3.2.1.3. Tiến bộ khoa học kỹ thuật

\* Công tác nghiên cứu khoa học công nghệ

Vai trò của các cơ quan nghiên cứu và ứng dụng khoa học công nghệ tại các địa phương là rất quan trọng đối từng ngành để sản xuất ra của cải vật chất; muốn có một sản phẩm mới mà thị trường và người tiêu dùng chấp nhận thì trước tiên cần phải có quá trình nghiên cứu và ứng dụng cụ thể.

**Bảng 3.3. Tổng hợp các cơ quan nghiên cứu, ứng dụng KHCN vùng đồng bằng sông Hồng**

TT	Chỉ tiêu	Tổng số (cơ sở)	
		Nghiên cứu	Ứng dụng KHCN
1	Cụm Tây Bắc	2	2
2	Cụm phía Đông	0	3
3	Cụm phía Nam	0	4
	<b>Tổng cộng</b>	<b>2</b>	<b>9</b>

Nguồn: Tổng hợp báo cáo Sở Nông nghiệp và PTNT các tỉnh vùng ĐBSH (2012)

Qua điều tra, khảo sát được tổng hợp tại bảng 3.3 cho chúng ta trong toàn vùng mới chỉ có 2 đơn vị của Nhà nước tham gia nghiên cứu chuyên sâu về nấm ăn hiện nay đó là Trung tâm Công nghệ sinh học thực vật - Viện Di truyền nông nghiệp và Trung tâm Công nghệ sinh học – Đại học Quốc gia Hà Nội. Các đơn vị này hiện đang tập trung vào một số lĩnh vực chủ yếu sau đây:

- Sưu tập, tuyển chọn, phân loại và lưu giữ các loại nấm ăn và nấm dược liệu hiện có trong tự nhiên và nuôi trồng tại Việt Nam;

- Nghiên cứu hoàn thiện quy trình công nghệ về nhân giống, nuôi trồng một số loại nấm ăn hiện đang nuôi trồng phổ biến và có triển vọng phát triển tại Việt Nam;

- Nghiên cứu, ứng dụng và chế tạo các trang thiết bị từng bước cơ giới hóa ngành nấm;

- Nghiên cứu, ứng dụng và cải tiến môi trường cơ chất nhân giống, nuôi trồng nấm các loại nấm ăn phù hợp với điều kiện của Việt Nam nói chung và miền Bắc nói riêng;

  - Sản xuất giống và phối hợp triển khai sản xuất nấm quy mô hàng hóa;

  - Nghiên cứu và ứng dụng công nghệ bảo quản, sơ chế và chế biến nấm phục vụ nhu cầu nội tiêu và xuất khẩu.

Ngoài 2 đơn vị nghiên cứu chuyên sâu trong lĩnh vực nấm từ phân loại đến nghiên cứu ứng dụng phối hợp triển khai sản xuất thì toàn bộ vùng đồng bằng sông Hồng có tới 9 đơn vị ứng dụng khoa học công nghệ để mở rộng quy mô triển khai tổ chức sản xuất. Tuy nhiên, vai trò của các đơn vị này còn rất hạn chế mới chỉ dừng lại ở góc độ là tiếp nhận công nghệ, ứng dụng các công nghệ sẵn có trong nước từ 2 đơn vị nghiên cứu, đồng thời tập trung vào khâu nhân giống nấm phục vụ nhu cầu sản xuất của các địa phương mà chưa có sự đầu tư chuyên sâu về công tác nghiên cứu thích ứng với tiểu vùng khí hậu trong sản xuất nấm nhằm phát huy thế mạnh của từng cụm vùng tạo ra các sản phẩm nấm mang tính cạnh tranh cao.

*\* Ứng dụng khoa học công nghệ về giống nấm*

Theo kết quả khảo sát tại vùng nghiên cứu và báo cáo triển khai của dự án sản xuất thử nghiệm: “Hoàn thiện công nghệ sản xuất chế biến và tiêu thụ nấm hàng

hoá, theo mô hình làng nghề” thực hiện từ năm 2003 đã xác định thời vụ nuôi trồng một số loại nấm ăn chính cho tỉnh Ninh Bình và tỉnh Vĩnh Phúc (Thân Đức Nhã, 2004), đây cũng là các tỉnh đại diện cho bố trí mùa vụ sản xuất nấm của vùng đồng bằng sông Hồng. Về các chủng loại nấm ăn mà các cơ sở nghiên cứu chuyên sâu và ứng dụng đang triển khai nghiên cứu, xây dựng quy trình trồng và triển khai chuyển giao khoa học kỹ thuật đến người dân chủ yếu có 4 loại nấm chính là nấm rơm, nấm sò, nấm mỡ và nấm mộc nhĩ. Nhưng mỗi loại nấm thì có các giống khác nhau; cụ thể về các giống nấm của các chủng loại cũng như năng suất sản xuất theo tiêu chuẩn hiện nay trên 1 tấn nguyên liệu và theo khu vực sản xuất được thể hiện trên bảng 3.4.

**Bảng 3.4. Các giống nấm ăn và năng suất trên 1 tấn nguyên liệu**

STT	Tên giống nấm	Năng suất bình quân (kg/tấn nguyên liệu)		
		Cụm Tây Bắc	Cụm phía Đông	Cụm phía Nam
1	<i>Nấm rơm</i>			
	Vt	120	125	130
	V <sub>8</sub>	150	152	157
	V <sub>115</sub>	165	170	175
2	<i>Nấm sò</i>			
	F	650	655	670
	CP	655	670	665
	STM	655	656	657
3	<i>Nấm mỡ</i>			
	A2	250	255	253
	Al <sub>1</sub>	275	265	265
	Alt	268	265	265
4	<i>Nấm mộc nhĩ</i>			
	Au1	800	811	795
	Aut	821	796	812

- Nấm rơm: Thời vụ nuôi trồng thích hợp nhất cho nấm rơm là từ tháng 4 đến tháng 9, nhiệt độ phù hợp cho nấm rơm sinh trưởng và phát triển tốt là từ 30 - 32<sup>0</sup>C. Có 3 chủng giống Vt, V<sub>8</sub> và V<sub>115</sub> trong đó giống nấm V<sub>115</sub> cho năng suất cao nhất trên 1 tấn nguyên liệu sản xuất, đây là loại nấm bắt đầu đưa vào sản xuất từ năm

2008, loại nấm này vừa cho năng suất cao, chất lượng nấm được người tiêu dùng ưa chuộng, những công nghệ sản xuất phức tạp hơn làm cho chi phí sản xuất cao. Do vậy, các cơ sở sản xuất vẫn tập trung vào 2 chủng giống nấm rơm là Vt và V<sub>8</sub>.

- Nấm sò: Thời vụ nuôi trồng nấm sò thích hợp là từ tháng 9 cho tới tháng 4 năm sau. Trong thời gian này nhiệt độ phù hợp cho nấm sò phát triển với chủng chịu nhiệt là 20 - 28<sup>0</sup>C, chủng chịu lạnh từ 16 - 20<sup>0</sup>C. Có 3 giống chính hiện nay đang được sản xuất ở nước ta là F, CP và STM các chủng giống nấm sò này đều được nuôi trồng rộng rãi tại Việt Nam nói chung và vùng đồng bằng sông Hồng nói riêng, các chủng giống nấm sò cho năng suất trên 1 tấn nguyên liệu là rất cao khoảng từ 620 – 700kg sản phẩm nấm/1tấn nguyên liệu, việc người tiêu dùng chưa quen sử dụng nhiều loại nấm này cùng làm hạn chế sự phát triển nuôi trồng. Do đó cần phải có biện pháp khuyến khích người tiêu dùng tiêu thụ nhiều sản phẩm này, cũng như tăng cường công nghệ chế biến để làm tăng giá trị của sản phẩm nấm.

- Nấm mỡ: Thời vụ nuôi trồng thích hợp nhất cũng là từ tháng 10 cho tới tháng 4 năm sau, nhiệt độ thích hợp cho nấm mỡ phát triển là từ 16 - 20<sup>0</sup>C. Hiện nay loại nấm này được người tiêu dùng cho là loại nấm đặc sản, các nhà hàng, khách sạn hiện nay rất ưa chuộng loại nấm này trong chế biến thức ăn cho thực khách; nấm mỡ có 3 chủng giống là A<sub>2</sub>, A11 và Alt, năng suất trên 1 tấn nguyên liệu khoảng 250 – 280 kg nấm thành phẩm. Hiện nay nấm mỡ tuy có năng suất cao hơn nấm rơm nhưng quy trình nuôi trồng lại phức tạp hơn với nhiều công đoạn trong xử lý nguyên liệu, đồng thời chỉ sử dụng nguyên liệu là rơm rạ và một số loại hóa chất chuyên dùng như đạm sunfat amon, bột nhẹ (CaCO<sub>3</sub>). Do vậy giá thành phẩm sản xuất khá cao, không hấp dẫn người dân tham gia sản xuất nhiều.

- Nấm mộc nhĩ: Thời vụ nuôi trồng thích hợp nhất cho trồng nấm mộc nhĩ gồm 2 vụ chính là xuân hè và thu đông, nhiệt độ thích hợp nhất để mộc nhĩ phát triển là từ 20 - 30<sup>0</sup>C. Đây là loại nấm được người dân sử dụng lâu đời, có thời gian bảo quản được lâu và có thể khai thác ở tự nhiên, việc bảo quản nấm mộc nhĩ chủ yếu là sấy hoặc phơi khô, nấm mộc nhĩ được ưa sử dụng chế biến thức ăn, làm nhân bánh.... Hiện nay, người dân chủ yếu trồng 2 chủng giống nấm mộc nhĩ là Au1 và Aut, với năng suất trên 1 tấn nguyên liệu trong khoảng 780 – 820kg nấm tươi/ tấn nguyên liệu.



Về giống phục vụ sản xuất nấm ăn của các cơ quan nghiên cứu và các Trung tâm ứng dụng KH-CN của tỉnh đã cung cấp cho thị trường là 9.117 tấn giống nấm, giá bán bình quân khoảng 22.000 đồng/kg; các loại vật tư khác như túi nilon, bông nút và các vật tư chuyên dùng khác đều được cung cấp sẵn trên thị trường, người trồng nấm có thể tiếp cận dễ dàng.

Kết quả điều tra, phân tích năng suất chi tiết từng chủng loại nấm ăn của các cụm vùng cho thấy: i) Cụm phía Nam nhìn chung cho năng suất cao hơn so với 2 cụm khác bởi vì các yếu tố ảnh hưởng như: chất lượng vùng nguyên liệu đầu vào sản xuất nấm chủ yếu là rơm rạ tốt hơn so với các cụm vùng khác, tập trung nhiều các cơ sở sản xuất quy mô lớn có sự đầu tư chuyên canh; ii) Đối với nấm mộc nhĩ là chủng loại nấm đặc thù do tổ chức sản xuất phải có quy mô và đầu tư lớn nhất là cơ sở hạ tầng, nhà xưởng. Do đó, cụm Tây Bắc có năng suất nấm mộc nhĩ cao nhất trong vùng đồng bằng sông Hồng.

#### *3.2.1.4. Cung cấp nguyên liệu đầu vào cho sản xuất nấm ăn*

Tổ chức sản xuất nấm chủ yếu là sử dụng các phế phụ phẩm của các ngành nông - lâm - công nghiệp như: rơm rạ, mùn cưa, bông phế loại, thân lõi ngô. Trong những năm gần đây do điều kiện kinh tế - xã hội ở các địa phương đã được từng bước cải thiện, nhất là ở các địa phương vùng đồng bằng sông Hồng, do đó các nguồn nguyên liệu này không được sử dụng chủ yếu vào làm chất đốt nữa mà chỉ đốt bỏ sau mỗi lần thu hoạch lúa hoặc sử dụng vào mục đích khác. Từ những phát sinh đó đã dẫn tới tình trạng ô nhiễm môi trường không khí ở các vùng quê, nhất là các thị trấn, thành phố do nạn đốt rơm rạ gây khói bụi cho các khu dân cư, thành phố, thị xã; ngoài ra còn vứt rơm rạ bừa bãi ở cách đồng làm ách tắc dòng chảy. Nhiều địa phương đã phải chi rất nhiều tiền từ quỹ khoa học và công nghệ, tài nguyên môi trường để làm giảm thiểu, hạn chế tình trạng này nhưng vẫn không có sự thay đổi nhiều do nhiều nguyên nhân khách quan và chủ quan khác nhau, đặc biệt là trình độ nhận thức của người dân tại các địa phương chưa cao. Theo thống kê năm 2011 của Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn các địa phương vùng đồng bằng sông Hồng toàn vùng là 7,930 triệu tấn chiếm hơn 90% sản lượng nguyên liệu

đầu vào sản xuất năm ăn. Trong đó, chia theo cụm vùng gồm: cụm Tây Bắc là 2,554 triệu tấn chiếm 32,2% tổng sản lượng, cụm phía Đông là 2,359 triệu tấn chiếm 29,7%, cụm phía Nam là 3,017 triệu tấn chiếm 38,7%. Ngoài còn có 0,33 triệu tấn là mùn cưa, bông phế loại và thân, lõi ngô. Có thể đánh giá rằng vùng đồng bằng sông Hồng có nguồn nguyên liệu phục vụ cho sản xuất năm ăn vô cùng phong phú, dồi dào nhưng chưa được khai thác để phát huy tiềm năng và lợi thế (Bảng 3.5).

**Bảng 3.5. Tổng hợp nguồn nguyên liệu của vùng giai đoạn 2009 - 2011**

STT	Chỉ tiêu	Chia theo sản phẩm (triệu tấn/năm)			
		Rơm rạ	Mùn cưa	Bông phế loại	Thân, lõi ngô
1	Cụm Tây Bắc	2,554	0,01	0,05	0,02
2	Cụm phía Đông	2,359	0,01	0,06	0,01
3	Cụm phía Nam	3,017	0,02	0,12	0,03
<b>Tổng cộng</b>		<b>7,930</b>	<b>0,04</b>	<b>0,23</b>	<b>0,06</b>

Nguồn: Tổng hợp báo cáo Sở Nông nghiệp và PTNT và số liệu điều tra (2012)

Qua nghiên cứu điều tra khảo sát thực tế tại các địa phương cho thấy khối lượng nguyên liệu phục vụ sản xuất năm chiếm gần 5% tổng sản lượng của toàn vùng đạt 394.344 tấn; trong đó rơm rạ chiếm 82,5%, mùn cưa là 5,3% và bông phế thải là 8,02%, thân lõi ngô là 4,2%. Về giá bán nguyên vật liệu dao động từ 0,3 – 3 triệu đồng tấn nguyên liệu, trong đó tuy có số lượng lớn những giá bán rơm rạ có mức giao động lớn nhất là từ 0,3 triệu đồng tấn – 0,5 triệu đồng tấn; cụm phía Đông và cụm phía Nam của vùng đồng sông Hồng có giá bán nguyên liệu là rơm rạ là 0,3 triệu đồng/tấn nhưng cụm phía Tây Bắc là 0,5 triệu đồng/tấn; mùn cưa có giá bán dao động từ 2,2 – 2,5 triệu đồng/tấn, bông phế loại khoảng 2,0 – 2,1 triệu đồng/tấn.

### **3.2.2. Tác nhân thu gom, sơ chế và phân phối bán buôn**

#### **3.2.2.1. Hình thức tổ chức thu gom**

Qua nghiên cứu ở trên cho chúng ta thấy được vai trò rất to lớn của các cơ sở thu gom đối với người trồng năm hiện nay, khối lượng năm thu gom ở các hộ điều tra chiếm rất lớn khoảng trên 30% của các loại năm, ngoài ra các doanh nghiệp chế

biến và xuất khẩu cũng trực tiếp thu gom để sản xuất. Hơn nữa, do đặc thù của ngành hàng nấm ăn là sản phẩm khó bảo quản, nhanh hỏng cần phải sử dụng hoặc có biện pháp bảo quản đặc biệt thì mới để lâu được. Toàn vùng có 9 công ty đang hoạt động trong lĩnh vực thu mua sản phẩm nấm ăn, trong đó có 5 công ty thu mua để chế biến xuất khẩu theo mùa vụ và chủ yếu là nấm mỡ, mộc nhĩ. Các hợp tác xã, các cơ sở thu gom tư nhân đảm nhận việc thu gom, phân phối các loại sản phẩm nấm quanh năm tạo nên một thị trường tiêu thụ nấm tươi cho các cơ sở sản xuất của vùng đồng bằng sông Hồng tương đối ổn định. Mạng lưới các cơ sở thu gom nấm ăn phải nói là rộng khắp, khu vực nào phát triển được vùng sản xuất thì khu vực đó hình thành được ngay các cơ sở thu gom và tiêu thụ sản phẩm, đặc biệt vai trò của các Hợp tác xã dịch vụ nông nghiệp, chủ trang trại. Kết quả điều tra khảo sát tại bảng 3.6.

**Bảng 3.6. Tổng hợp cơ sở sản xuất, thu gom, chế biến và tiêu thụ nấm giai đoạn 2009 - 2011**

*Đơn vị tính: cơ sở*

TT	Chỉ tiêu	Sản xuất	Sơ chế	Thu gom	Xuất khẩu
1	Cụm Tây Bắc	1.026	15	10	4
2	Cụm phía Đông	1.550	12	30	3
3	Cụm phía Nam	3.228	18	46	2
	<b>Tổng số</b>	<b>5.804</b>	<b>45</b>	<b>86</b>	<b>9</b>

Nguồn: Tổng hợp báo cáo Sở Nông nghiệp và PTNT và số liệu điều tra (2012)

Ngoài các tổ chức chính thống tham gia vào lưu thông sản phẩm của ngành hàng nấm ăn còn có một số lượng các tư thương cũng tham gia vào việc thu gom và vận chuyển các loại nấm đi phân phối cho các địa phương khác chưa phát triển sản xuất nấm hoặc các thành phố lớn, đông dân cư (theo cách gọi dân gian là thương lái nấm). Hiện nay vùng đồng bằng sông Hồng có khoảng gần 100 thương lái hoạt động, tác nhân này được chia ra làm hai bộ phận khác nhau gồm: hoạt động thường xuyên ổn định và hoạt động không thường xuyên mang tính chất mùa vụ.

Đối với nhóm thường xuyên ổn định thì có mối quan hệ gắn kết bền chặt hơn với các cơ sở sản xuất và người tiêu dùng. Nhóm này sẵn sàng hợp tác, chia sẻ với các cơ sở sản xuất để thúc đẩy sản xuất tạo ra nguồn cung ổn định phục vụ nhu cầu của thị trường. Ngoài ra, nhóm này cũng chính là nguồn thông tin phản hồi về chất lượng, chủng loại nấm, thị hiếu của người tiêu dùng để kịp điều chỉnh kế hoạch sản xuất cho phù hợp.

Riêng đối với nhóm không thường xuyên thì chỉ hoạt động theo mùa vụ, không có sự gắn kết và chạy theo lợi nhuận trước mắt và không có sự đầu tư như nhóm trên. Tuy nhiên, trong giai đoạn trước mắt cũng vẫn cần đến nhóm này để thúc đẩy việc lưu thông sản phẩm trong lúc nguồn cung chính vụ tương đối nhiều sản phẩm. Từ đó tạo ra một thị trường tiêu thụ sản phẩm nấm tương đối đa dạng, đáp ứng nhu cầu tiêu thụ của các cơ sở sản xuất nhất là đối với các hộ sản xuất quy mô nhỏ lẻ như hiện nay; đồng thời cũng tiền ẩn những vấn đề bất ổn trong quan hệ cung cầu tạo ra tình trạng “tranh mua, tranh bán” nhất là vào những thời điểm giao mùa của các chủng loại nấm ăn.

#### *3.2.2.2. Số lượng và chủng loại sản phẩm thu gom, sơ chế và phân phối*

Theo kết quả điều tra khảo sát về tình hình sản xuất, tiêu thụ trong thời gian qua, chúng ta đã thấy về số lượng nấm ăn tại vùng đồng bằng sông Hồng so với cả nước năm 2009 chiếm 38,5%, trong đó nhập khẩu từ các nước Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản và vùng lãnh thổ Đài Loan chiếm 8,3%. Năm 2011, cùng với tăng trưởng về số lượng sản xuất trong vùng thì nhu cầu nhập khẩu các sản phẩm nấm từ các nước và vùng lãnh thổ cũng tăng lên chiếm 67,8% tổng sản lượng nhập khẩu của cả nước chủ yếu là các chủng loại nấm có giá trị kinh tế thường được gọi là nhóm nấm cao cấp. Có thể thấy rằng sản lượng nấm ăn sản xuất trong vùng năm 2011 tăng 109,3% tương đương với 9.000 tấn nấm ăn các loại mặc dù số lượng các cơ sở sản xuất nấm biến động tăng không nhiều, điều này chứng tỏ các cơ sở đã từng bước ứng dụng khoa học để nâng cao năng suất các chủng loại nấm. Ngoài ra, sản lượng nấm ăn nhập khẩu cũng có biến động tăng với những dòng sản phẩm trong nước sản xuất còn hạn chế như nấm cao cấp. Tổng hợp kết quả điều tra, khảo sát tại bảng 3.7.

**Bảng 3.7. Tổng hợp sản lượng nấm ăn sản xuất và cung cấp trên thị trường***Đơn vị tính: tấn*

Chỉ tiêu	Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011	
	ĐBSH	Cả nước	ĐBSH	Cả nước	ĐBSH	Cả nước
<b>Sản xuất của vùng</b>	<b>96.000</b>	<b>250.000</b>	<b>108.500</b>	<b>250.000</b>	<b>105.000</b>	<b>270.000</b>
Nấm sò	57.600	100.000	65.100	100.000	63.000	108.000
Nấm mỡ	19.200	30.000	21.700	30.000	21.000	32.400
Nấm rơm	9.600	56.250	10.850	56.250	10.500	60.750
Nấm mộc nhĩ	7.680	60.000	8.680	60.000	8.400	64.800
Một số loại khác	1.920	3.750	2.170	3.750	2.100	4.050
<b>Nhập khẩu</b>	<b>8.640</b>	<b>21.600</b>	<b>10.967</b>	<b>21.600</b>	<b>14.635</b>	<b>21.600</b>
<b>Tổng số</b>	<b>104.640</b>	<b>271.600</b>	<b>119.467</b>	<b>271.600</b>	<b>119.635</b>	<b>291.600</b>

Nguồn: Cục Trồng trọt và Tổng hợp số liệu điều tra (2012)

Tóm lại, qua phân tích đánh giá hiện trạng hoạt động của tác thu gom, sơ chế và phân phối bán buôn cho thấy tác nhân này đóng vai trò trung tâm trong ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng với nhiệm vụ làm cầu nối giữa các tác nhân. Tác nhân này chính là động lực để thúc đẩy tác nhân sản xuất phải có kế hoạch tổ chức sản xuất đáp ứng được nhu cầu và thị hiếu của người tiêu dùng về cơ cấu và chủng loại sản phẩm nấm ăn theo từng mùa vụ. Đồng thời, làm thay đổi phương thức liên kết, hợp tác và đầu tư trong việc xây dựng vùng chuyên canh nguyên liệu phục vụ cho nhà máy chế biến xuất khẩu của tác nhân chế biến và xuất khẩu trong ngành hàng ngày một bền vững, hiệu quả hơn. Tác nhân này ảnh hưởng trực tiếp đến kênh 2, 3 và 4 trong hệ thống kênh tiêu thụ của ngành hàng gồm: i) Đối với kênh 2 tác nhân này được thể dưới góc độ của các thương lái thu gom của các cơ sở sản xuất nhỏ lẻ, chủ yếu là các hộ gia đình hoặc một số trang trại mới hình thành vào đầu, cuối vụ nấm khi sản lượng chưa có nhiều và trực tiếp mang đi tiêu thụ tại các chợ, khu đông dân và một số thị trường cao cấp khác; ii) Đối với kênh 3 tác nhân thu gom, bảo quản và sơ chế được thực hiện bởi các trang trại quy mô lớn,

HTX theo chỉ đạo của chính quyền địa phương để đảm nhận việc thu gom cho các cơ sở sản xuất khác và tổ chức cung ứng cho các nhà máy chế biến nấm ăn theo hợp đồng liên kết sản xuất; iii) Đối với kênh 4, ngoài nhiệm vụ tương tự như kênh 3, tác nhân này cũng làm vai trò là đầu mối cung ứng cho các thương lái để cung ứng các sản phẩm nấm tươi phục vụ nhu cầu tiêu dùng nội địa của các địa phương, thành phố và khu đông dân khác.

### **3.2.3. Tác nhân chế biến xuất khẩu**

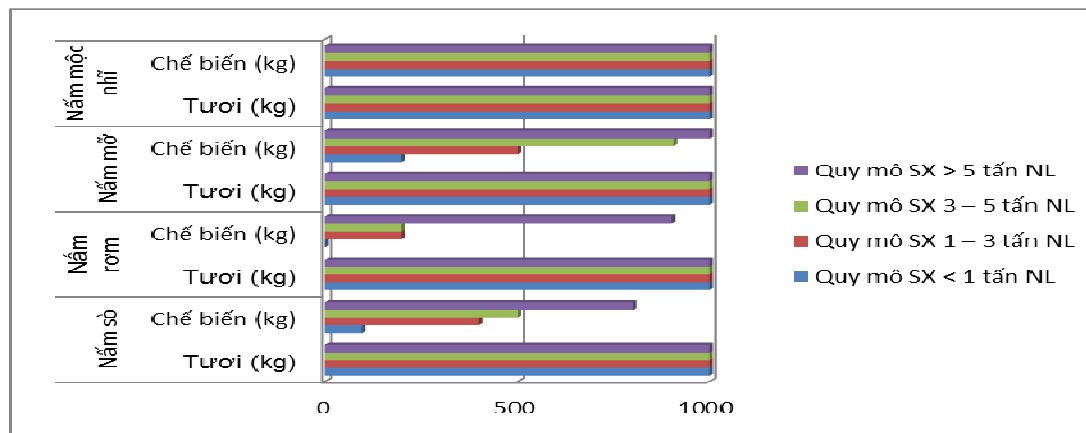
Hiện nay, theo thống kê của Cục Trồng trọt (2011) toàn bộ miền Bắc có 11 công ty chế biến nông sản có vốn đầu tư trong và nước ngoài, trong đó có 5 công ty và nhà máy chế biến nông sản kết hợp với chế biến nấm thuộc các tỉnh vùng đồng bằng sông Hồng. Tuy nhiên, chỉ có duy nhất một công ty chế biến nấm xuất khẩu có vốn 100% nước ngoài với tổng công suất 35 nghìn tấn/năm, số còn lại là kết hợp chế biến rau quả và nấm khi vào mùa vụ chính hoặc khi nhận được đơn hàng nhập khẩu từ nước ngoài. Đối với ngành hàng nấm ăn tỷ lệ tiêu dùng hiện nay tương đối lớn, việc cung chưa đáp ứng được nhu cầu sẽ là một thuận lợi trong thời gian hiện tại. Tuy nhiên, nấm ăn sau khi thu hái xong phải được sử dụng ngay hoặc phải có chế độ bảo quản trong thời gian từ 5 đến 7 ngày. Theo kết quả điều tra, khảo sát được tổng hợp tại biểu đồ 3.1 về cơ cấu, tỷ lệ nấm tươi so với nấm bảo quản và sơ chế như sau:

- Đối với nấm sò các cơ sở có quy mô sản xuất lớn rất quan tâm đến việc sơ chế nấm để bảo quản, tránh tình trạng để nấm bị hỏng gây thiệt hại đến kinh tế của cơ sở. Do vậy, qua tổng hợp điều tra thì các cơ sở trồng nấm từ 5 tấn nguyên liệu/vụ đều có tỷ lệ sơ chế là 80%; các cơ sở khác có quy mô sản xuất nhỏ thì việc sơ chế để bảo quản cũng hạn chế hơn.

- Đối với nấm rơm thì việc chế biến có xu hướng giảm theo từng quy mô, đây cũng là đặc trưng của loại nấm này, giá trị dinh dưỡng cũng như giá trị kinh tế là tiêu dùng tươi mới đảm bảo được. Do vậy, phần lớn lượng nấm rơm được tiêu thụ tươi bán trực tiếp đến người tiêu dùng.

- Đối với nấm mỡ do thị trường rất ưa chuộng loại nấm này, người tiêu dùng có thể chế biến được nhiều món ăn. Đồng thời, thị trường tiêu thụ trên thế giới cũng ưa chuộng, do vậy nấm mỡ cũng có nhu cầu lớn chế biến để xuất khẩu thông qua các Nhà máy thu mua.

- Đối với nấm mộc nhĩ chủ yếu là sơ chế theo hình thức phơi khô đóng bao vận chuyên đi các nơi để tiêu thụ.



**Biểu đồ 3.1. Cơ cấu nấm tươi, chế biến theo quy mô sản xuất năm 2011**

Theo báo cáo thị trường của Tổng công ty rau quả nông sản (2011) thì nhu cầu nhập khẩu nấm tươi và chế biến của thế giới cần khoảng 2,5 triệu tấn với kim ngạch ước đạt gần 4,5 tỷ USD tập trung vào thị trường Bắc Mỹ và các nước Tây Âu có nền công nghiệp phát triển như: Đức, Italia, Mỹ, Pháp... Giá nấm rơm xuất khẩu ở cả 2 dạng muối và đóng hộp nhìn chung tương đối ổn định, ít biến động và có xu hướng tăng. Các doanh nghiệp xuất khẩu nấm của Việt Nam thường bán với giá FOB trung bình 2.000 USD/tấn đối với nấm rơm muối và từ 2.500 đến 3.000 USD/tấn đối với nấm chế biến tính theo trọng lượng tịnh. Hiện nay, Tổng công ty có 15 công ty hoạt động về lĩnh vực này, được phân bố trên địa bàn khắp cả nước. Các nhà máy chế biến trong Tổng công ty có tổng công suất chế biến đạt 100.000 tấn/năm và có quan hệ thương mại với 60 nước trên thế giới, trong đó có 22 nước đạt kim ngạch bình quân trên 1 triệu USD/năm. Tổng kim ngạch nhập khẩu bình quân đạt 150 triệu USD/năm (Bảng 3.8).

**Bảng 3.8. Kim ngạch xuất khẩu của Tổng công ty Rau quả nông sản***Đơn vị: Sản lượng (tấn); Giá trị (USD)*

Tên sản phẩm	Quốc gia	Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011	
		Sản lượng	Giá trị	Sản lượng	Giá trị	Sản lượng	Giá trị
	<b>Tổng</b>	<b>79.86</b>	<b>146.587</b>	<b>104.70</b>	<b>205.756,6</b>	<b>351.37</b>	<b>414.226</b>
<b>Nấm chế biến các loại</b>	<i>Thụy Sĩ</i>	69.000	128.605	68.710	132.347	100.720	158.800
	<i>Nhật Bản</i>	10.860	17.982	2.550	4.103	46.650	56.970
	<i>Mỹ</i>					204.000	198.456
	<i>Pháp</i>			33.440	69.306,6		
	<b>Tổng</b>	<b>93.60</b>	<b>143.804</b>	<b>218.40</b>	<b>318.100,5</b>	<b>312.00</b>	<b>433.915</b>
<b>Nấm rơm muối</b>	<i>Italia</i>					15.600	20.877
	<i>Đức</i>	62.400	81.092	140.400	243.944	280.800	387.376
	<i>Tây Ban Nha</i>					15.600	25.662
	<i>Thụy Sĩ</i>	31.200	62.712	78.000	74.156,5		

Nguồn: Tổng công ty Rau quả và nông sản (2011)

Tóm lại, tác nhân chế biến xuất khẩu có số lượng tham gia ít nhất trong ngành hàng nhưng tạo ra giá trị gia tăng cho các sản phẩm nấm ăn của tác nhân sản xuất, cũng như từng bước xây dựng được thương hiệu nấm ăn của toàn vùng. Hiện nay, tác nhân này hoạt động rất ít do nguyên liệu đầu vào các nhà máy chế biến bị thiếu hụt bởi thị trường tiêu thụ nấm tươi các loại cung không đáp ứng đủ cầu; đồng thời mối liên kết giữa tác nhân này với tác nhân sản xuất tại các địa phương chưa thật sự chặt chẽ để tạo vùng nguyên liệu bền vững đảm bảo công suất chế biến của các nhà máy. Trong kênh tiêu thụ sản phẩm của ngành hàng, tác nhân này chỉ thực sự đóng vai trò quan trọng và có mối quan hệ với tác nhân sản xuất với mô hình tổ chức quy mô lớn như trang trại và HTX tại kênh 3; còn đối với các kênh tiêu thụ khác, tác nhân chế biến xuất khẩu không có vai trò và tác động nào. Tuy nhiên, tác nhân này có ảnh hưởng gián tiếp theo hướng tích cực để tác nhân sản xuất có chỗ dựa, yên tâm sản xuất cung ứng cho thị trường nhất là đối với loại hình tổ chức sản xuất hộ gia đình khi quy mô và sản lượng nấm ăn của tác nhân này tăng trưởng.



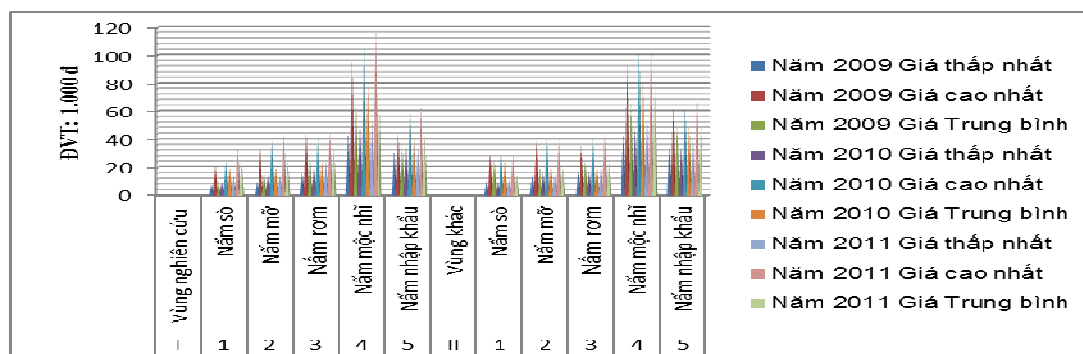
### **3.2.4. Tác nhân bán lẻ**

Đối với tác nhân này có số lượng thành viên tham gia đông và phân bố rộng khắp các chợ từ nông thôn đến thành thị, đối tượng phục vụ đa dạng mọi tầng lớp trong xã hội. Tuy nhiên địa bàn phân bố không đều chủ yếu tập trung nhiều ở các chợ lớn, chợ trung tâm, đối với chợ ở các địa phương thì chỉ ở các xã có nghề và phong trào trồng nấm phát triển. Qua khảo sát ở một số chợ trên địa bàn Thành phố Hà Nội, Hải Phòng, Ninh Bình thu được kết quả như sau:

- Sản phẩm được bày bán cùng với các mặt hàng rau, củ, quả khác. Các chợ ở vùng nông thôn thì sản phẩm được bày trên các rổ, rá hoặc trong các túi nilon không nhãn mác. Các chợ ở thành thị được bày bán và có biển hiệu “thực phẩm an toàn” hoặc “nấm sạch”, đóng gói bao bì và có nhãn mác tương đối cẩn thận. Tuy nhiên, tất cả các chợ bày bán sản phẩm này đều không dụng cụ hay trang thiết bị bảo quản và hướng dẫn sử dụng nấm ăn;

- Chúng loại nấm đơn điệu, không ổn định về số lượng và chủng loại nấm, mang tính chất mùa vụ và đậm nét của sản xuất nông nghiệp khu vực phía Bắc;

- Giá bán dao động trong khoảng 25.000 - 65.000đ/kg đối với sản phẩm nấm tươi, riêng mộc nhĩ khô dao động từ 55.000 – 120.000 đ/kg và tiêu thụ chủ yếu ở các thành phố lớn. Đây là một trong những hạn chế đáng kể của việc tiêu thụ các loại nấm này hiện nay. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển của xã hội, gần đây một số thị trường đã bắt đầu chú ý tiêu thụ các loại sản phẩm sấy khô, sản phẩm nấm salad hoặc đóng hộp với giá bán dao động trong khoảng 50.000đ - 150.000đ/kg. Theo số liệu điều tra khảo sát các chợ nông sản tại các địa phương cho thấy giá nấm ăn các loại đều có biến động theo chiều hướng tăng dần qua các năm. Đối với giá bán sản phẩm là động lực chính tác động trực tiếp đến tác nhân sản xuất để duy trì, giảm hoặc tăng quy mô sản xuất của các loại sản phẩm nói chung trên thị trường và ngành hàng nấm nói riêng; đồng thời có tác động gián tiếp đến tác nhân thu gom, sơ chế, chế biến xuất khẩu và với phản ứng của người tiêu dùng đối với sản phẩm nấm ăn. Xác định được khung giá ở mỗi thời kỳ, mỗi chủng loại nấm ăn sẽ giúp cho các nhà sản xuất điều tiết quy mô sản xuất cho hợp lý với thị trường (Biểu đồ 3.2).



**Biểu đồ 3.2. Giá bán lẻ các loại nấm trên thị trường 2009 – 2011**

Thông qua kết quả khảo sát tại các cơ sở sản xuất nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng đã xác định được khối lượng, chủng loại sản phẩm được bán cho từng đối tượng của kênh phân phối trong ngành hàng từ người tiêu dùng nhỏ, người thu gom, người chế biến. Tác nhân bán lẻ tham gia vào kênh 1, 2 và 4 của ngành hàng, đối với kênh 1 và 4 có khối lượng lưu chuyển sản phẩm và phạm vi hoạt động rộng lớn nhất (Bảng 3.9).

**Bảng 3.9. Tổng hợp kết quả tiêu thụ theo kênh phân phối tại các cơ sở sản xuất vùng đồng bằng sông Hồng năm 2011**

*Đơn vị tính: tấn*

Hình thức tiêu thụ	Nấm sò		Nấm mỡ	Nấm rơm	Mộc nhĩ
	Tươi	Sơ chế			
1. Bán tại nhà cho người tiêu dùng	51,18	49,58	57,34	61,27	36,16
2. Bán lẻ tại các chợ	157,26	150,67	112,26	157,89	73,05
3. Bán cho người thu gom	781,34		358,28	774,52	241,67
4. Bán cho Doanh nghiệp chế biến		348,92	457,28		355,81
6. Bán cho DN xuất khẩu		450,83			286,23
7. Hình thức khác	10,22		14,63	6,32	7,08

- Đối với nấm sò tươi đối tượng chính là bán cho người thu gom chiếm đến 78,13% và bán lẻ tại chợ chiếm 15,57% còn lại là bán lẻ tại nhà và bán theo các

hình thức khác như mang đi bỏ mối cho các nhà hàng, quán ăn trên địa bàn, tự chế biến tại gia đình...

- Đối với nấm sò khô thì đối tượng tiêu thụ có phần đa dạng hơn nấm sò tươi và mặt hàng này cũng có các đối tượng khách hàng chính là các doanh nghiệp xuất khẩu mức thu mua chiếm 45,08%; các doanh nghiệp chế biến chiếm 34,89%; bán lẻ ở chợ chiếm trên 15% và bán tại nhà chiếm khoảng 5%.

- Đối với nấm mỡ tươi đối tượng khách hàng chính của loại nấm này là người thu gom, các doanh nghiệp chế biến và cơ sở sản xuất kinh doanh trực tiếp tại chợ; còn việc kinh doanh tại nhà và các hình thức khác chỉ chiếm khoảng 10%.

- Đối với nấm rơm, đây là sản phẩm đặc trưng nên chủ yếu là bán tươi, thời gian bảo quản không dài do vậy khi sản xuất ra cần được bán nhanh để tránh tình trạng ảnh hưởng đến chất lượng khó tiêu thụ và làm thiệt hại về mặt kinh tế đối với các cơ sở sản xuất. Chính vì thế qua khảo sát thực tế chúng tôi thấy rằng đối tượng khách hàng của mặt hàng nấm rơm tươi chủ yếu là người thu gom chiếm đến 77,52%; sau đó là bán lẻ tại các chợ đầu mối chiếm 15,79% còn lại bán tại nhà và bán theo các hình thức khác.

- Đối với nấm mộc nhĩ thì lại trái với nấm rơm, nấm mộc nhĩ chỉ bán đã qua sơ chế là sấy khô là chủ yếu nên đối tượng khách hàng được rải khắp cho các đối tượng nghiên cứu khảo sát, khách hàng có khối lượng bán nhiều nhất là các doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu và người thu gom, các đối tượng còn lại có thị phần bán chỉ chiếm dưới 10% giá trị sản phẩm sản xuất ra.

### ***3.2.5. Yêu cầu của người tiêu dùng***

Hiện nay, với nhu cầu sử dụng nấm tươi trong những ngày lễ, ngày tết, ngày cuối tuần thường tăng đột biến, thị trường bị “cháy” nấm, giá tăng cao và hiếm. Theo tính toán của các chuyên gia, nhà khoa học thì sản lượng nấm sản xuất trong nước hiện nay chưa đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng nội tiêu, nhất là đối với các chủng loại nấm cao cấp và chưa kể thị trường xuất khẩu. Vì vậy, các cơ sở sản xuất đã đầu tư thiết bị đóng gói, bảo quản nấm tươi để kéo dài thời gian sử dụng và lưu thông trên thị trường. Đóng gói hút chân không nấm kim châm, đóng gói bảo quản

bằng khí Nitơ. Nấm sò, nấm mỡ ở nhiệt độ lạnh đảm bảo về chất lượng nấm. Nếu các nhà sản xuất cải thiện được công tác chế biến và hạ giá thành sản phẩm, dự kiến thị trường cả nước có thể tiêu thụ được hàng trăm ngàn tấn nấm tươi, nấm khô các loại mỗi năm. Trong cơ chế thị trường hiện nay trên quan hệ cung cầu, nấm hàng hoá được lưu thông và tiêu thụ ngày càng tăng. Từ người sản xuất đến người thu gom sản phẩm vận chuyển tới người bán buôn, người bán lẻ và người tiêu dùng. Tuy nhiên với chu trình này cũng tạo nên sự chênh lệch giá lớn và ít nhiều ảnh hưởng tới chất lượng nấm. Với sự hình thành các chợ đầu mối tiêu thụ nông sản hàng hoá hiện nay nấm ăn tươi được cung ứng trực tiếp từ người sản xuất, thu gom tới người bán lẻ hoặc người tiêu dùng, đảm bảo lợi ích cho người sản xuất cũng như người tiêu dùng.

**Bảng 3.10. Mức độ tiêu dùng bình quân đầu người trên địa bàn**

*Đơn vị tính: kg/người/tháng*

Tháng	Năm 2009				Năm 2010				Năm 2011			
	Cụm Tây Bắc	Cụm phía Đông	Cụm phía Nam	Bình quân	Cụm Tây Bắc	Cụm phía Đông	Cụm phía Nam	Bình quân	Cụm Tây Bắc	Cụm phía Đông	Cụm phía Nam	Bình quân
1	0,2	0,1	0,1	0,13	0,3	0,15	0,15	0,2	0,35	0,2	0,15	0,23
2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,15	0,15	0,17	0,25	0,2	0,15	0,2
3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
4	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
5	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
6	0,1	0	0	0,03	0,1	0	0	0,03	0,1	0	0	0,03
7	0,1	0	0	0,03	0,1	0	0	0,03	0,1	0	0	0,03
8	0,1	0	0	0,03	0,1	0	0	0,03	0,1	0	0	0,03
9	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
10	0,25	0,1	0,1	0,15	0,3	0,2	0,2	0,23	0,35	0,2	0,2	0,25
11	0,25	0,1	0,1	0,15	0,3	0,25	0,25	0,27	0,35	0,25	0,3	0,3
12	0,25	0,2	0,2	0,22	0,4	0,25	0,25	0,30	0,45	0,25	0,3	0,33
<b>Cả năm</b>	<b>1,95</b>	<b>1,2</b>	<b>1,2</b>	<b>1,45</b>	<b>2,4</b>	<b>1,6</b>	<b>1,6</b>	<b>1,87</b>	<b>2,65</b>	<b>1,7</b>	<b>1,7</b>	<b>2,02</b>

Theo kết quả điều tra khảo sát được tổng hợp tại bảng 3.10 cho thấy rằng nhu cầu sử dụng nấm ăn của người tiêu dùng đều tăng qua các năm vào thời điểm đầu và cuối năm. Do vậy, đã tác động tích cực đến các cơ sở sản xuất để bố trí mùa vụ sản xuất cũng như chủng loại nấm ăn phù hợp đáp ứng cho tiêu dùng trong nước và hướng cho thị trường xuất khẩu. Tuy nhiên, để có được các chủng loại và cơ cấu mùa vụ cho sản xuất lại đòi hỏi những giải pháp về khoa học công nghệ trong sản xuất tại các cơ sở với điều kiện sản xuất còn manh mún, nhỏ lẻ và phụ thuộc vào tự nhiên rất nhiều như ở vùng đồng bằng sông Hồng như hiện nay. Từ nhu cầu tiêu dùng qua các tháng trong năm đã tác động trực tiếp đến tác nhân sản xuất, đồng thời cũng tác động gián tiếp đến các tác nhân khác trong ngành hàng nấm ăn.

### **3.3. Đánh giá mối quan hệ giữa các tác nhân trong ngành hàng nấm ăn**

#### **3.3.1. Mối quan hệ giữa cơ quan nghiên cứu và các cơ sở sản xuất**

Theo báo cáo của Cục Trồng trọt (2011), hiện nay ngành hàng nấm ăn đã hình thành một hệ thống từ nghiên cứu đến ứng dụng triển khai với vai trò chủ đạo là Trung tâm Công nghệ sinh học thực vật thuộc Viện Di truyền nông nghiệp từ việc nghiên cứu, hoàn thiện quy trình công nghệ, sản xuất giống và cung ứng dịch vụ khoa học kỹ thuật cho các địa phương. Đối với nghiên cứu hoàn thiện quy trình công nghệ và cung ứng giống nấm gốc, cấp 1 và cấp 2 (giống gốc, giống cấp 1, 2 là cấp độ chuyên môn và chỉ dùng cho sản xuất trong phòng thí nghiệm, giống này cung cấp cho các cơ sở cấp tỉnh, huyện; giống cấp 3 là giống nấm phục vụ cho sản xuất nấm ăn) đều phải phụ thuộc hoàn toàn vào đơn vị này. Ngoài ra, phần lớn số lượng giống nấm cấp 2, cấp 3 phục vụ cho sản xuất với khoảng 7.000 tấn giống các loại quy đổi/năm, chiếm gần 80% sản lượng cung cấp cho vùng đồng bằng sông Hồng; đồng thời đơn vị này còn liên kết với một số đơn vị cấp tỉnh, cấp huyện, doanh nghiệp nhân tiếp từ giống gốc để cung cấp kịp thời theo mùa vụ và nhu cầu cho các cơ sở sản xuất.

Những năm gần đây, do sự đầu tư hỗ trợ của nhà nước thông qua các chương trình ứng dụng khoa học công nghệ nên các địa phương đã từng bước chủ động trong việc sản xuất giống nấm và đào tạo nguồn cán bộ kỹ thuật phục vụ cho phát

triển sản xuất thông qua các hợp đồng chuyển giao công nghệ hoặc hợp đồng thuê chuyên gia kỹ thuật. Theo kết quả điều tra khảo sát cho thấy mỗi 9/11 tỉnh đồng bằng sông Hồng đều có Trung tâm ứng dụng tiến bộ KH & CN tham gia vào tiếp nhận, triển khai sản xuất nấm, đồng thời có một số doanh nghiệp có quy mô sản xuất theo hướng công nghiệp cũng chủ động tổ chức sản xuất nấm theo hướng liên kết theo chuỗi giá trị. Ngoài ra, theo điều tra tại 40 trạm trại, 7 hợp tác xã và 7 doanh nghiệp cho thấy 100% đều có những hợp đồng hợp tác liên kết sản xuất, khảo kiểm nghiệm giống nấm đối với các cơ quan nghiên cứu ở Trung ương và địa phương. Vấn đề tiêu thụ và khâu nổi thị trường tiêu thụ sản phẩm tại các địa phương trong thời gian mới tham gia vào ngành hàng từ 1 – 2 năm đều phụ thuộc vào Trung tâm Công nghệ sinh học thực vật. Từ đó, các địa phương và cơ sở sản xuất đã từng bước chủ động liên kết tạo thành mạng lưới và thị trường tiêu thụ sản phẩm của mình theo cơ chế thị trường với quan hệ cung cầu thông qua các hợp đồng liên kết sản xuất theo mùa vụ và chủng loại sản phẩm nấm.

### ***3.3.2. Môi quan hệ giữa các cơ sở sản xuất và người thu gom nấm ăn***

Theo kết quả điều tra về mối quan hệ giữa tác nhân sản xuất và tác nhân thu gom nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng cho thấy: i) Hệ thống trao đổi buôn bán nấm hoàn toàn phụ thuộc vào các mối quan hệ trao đổi dựa trên sự tin cậy giữa các cơ sở sản xuất và những người buôn bán/thu gom như: Đối với 270/520 cơ sở sản xuất quy mô nhỏ hơn 1 tấn nguyên liệu/năm với loại hình tổ chức hộ gia đình không chuyên nghiệp (vừa sản xuất nông nghiệp vừa sản xuất trong lúc nông nhàn) chủ yếu tự tiêu thụ như mô tả tại kênh tiêu thụ số 1 và không có quan hệ với tác nhân thu gom. Còn lại 100% các cơ sở sản xuất ở tất cả các loại hình tổ chức đều có mối quan hệ với cơ sở thu gom, sơ chế nấm với các cấp độ khác nhau phụ thuộc vào quy mô sản xuất; ii) Các mối quan hệ trao đổi buôn bán dựa trên các thỏa thuận và các mối quan hệ xã hội dày đặc, nhận thức chung về thị trường, một tập hợp các quy tắc không chính thức mà các nhà thương lái và nhà sản xuất tự động tuân theo; iii) Các cơ sở sản xuất nấm cho biết các mối quan hệ dựa trên sự tin cậy như một nhân tố chính trong việc chọn đối tác/người thu gom để trao đổi buôn bán. Cùng với sự tin

cây thì việc thanh toán đúng thời gian của thương lái địa phương là yếu tố quan trọng thứ hai. Qua khảo sát ở 270 cơ sở sản xuất cho thấy, nếu 2 thương lái cùng đến đặt vấn đề hợp tác để thu mua tiêu thụ sản phẩm năm sẽ có những phản ứng theo các luồng tin sau: 70% số cơ sở muốn hợp tác với thương lái địa phương do biết rõ về nguồn gốc và khả năng thanh toán, 20% số cơ sở muốn hợp tác với thương lái ngoài địa phương với hy vọng sẽ có sự linh hoạt về giá và phương thức thu mua hơn so với thương lái địa phương, 10% còn lại chưa có phản ứng rõ ràng hoặc sử dụng cả hai mối này để vận dụng vào tính chất mùa vụ của năm ăn đạt được mức giá bán cao nhất.

Thông qua thảo luận với người thu gom và các cơ sở sản xuất năm cho thấy những đối tác buôn bán thường không mua năm có chất lượng khác nhau, có nghĩa là các loại năm phải có chất lượng đồng đều. Thêm vào đó, các mối quan hệ cá nhân (việc có các hợp đồng mua bán lâu dài) là các yếu tố ít quan trọng hơn trong việc chọn lựa đối tác kinh doanh/thu gom. Các bằng chứng thu được chỉ ra rằng các hình thức trao đổi buôn bán cá nhân không thay đổi nhiều trong vòng 3 năm qua. Kết điều tra tác nhân sản xuất năm cho thấy: i) Trong số 520 hộ sản xuất có 60% các cơ sở sản xuất bán cho các cơ sở thu gom tại địa phương do Chính quyền địa phương chỉ định làm đầu mối tiêu thụ sản phẩm, thông thường là các hợp tác xã dịch vụ hoặc các trang trại, điểm sản xuất năm tập trung liên kết các hộ; 20% số các cơ sở bán cho thương lái và cơ sở thu gom ngoài địa phương, số còn lại tự tổ chức tiêu thụ qua nhiều kênh khác nhau. ii) Trong số 40 trang trại và 7 hợp tác sản xuất năm đã liên kết với nhau trong việc phân phối và tạo dựng thị trường tiêu thụ, đồng thời làm đầu mối để các cơ sở sản xuất khác trong địa phương cùng tham gia gồm: 70% sản lượng tổ chức tiêu thụ trực tiếp đến các đầu mối tại các thành phố lớn như Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh và các điểm thăm quan du lịch có nhu cầu sử dụng năm ăn cao; 20% sản lượng được điều phối cho các nhà máy chế biến thông qua các hợp đồng kinh tế; số còn lại được các cơ sở này tự tổ chức tiêu thụ tại địa phương thông qua kênh bán hàng trực tiếp. iii) Các doanh nghiệp sản xuất năm tự xây dựng thương hiệu, đăng ký chất lượng và tổ chức tiêu thụ; ngoài ra doanh nghiệp còn liên

kết với các cơ sở sản xuất nhỏ lẻ khác trong vùng tạo thành các vệ tinh sản xuất tạo nguồn cung cấp sản phẩm ra thị trường theo thương hiệu của doanh nghiệp được ổn định hơn.

Riêng đối với các hợp tác xã nắm hoặc nhóm hộ, tuy là thành viên của các hợp tác xã hay các nhóm, các nhà sản xuất vẫn thích bán nắm chưa được phân loại thường được gọi là “bán xô” cho một số ít các thương lái. Sự cứng nhắc này được một số thương lái/người thu gom địa phương khẳng định, và họ cũng chủ yếu phụ thuộc vào một nhóm nào đó các nhà cung cấp nắm. Thống kê cho thấy các thương lái địa phương không sẵn sàng hay không thể vượt sang giới hạn mạng lưới hoạt động của thương lái khác để thiết lập mối quan hệ cung cấp với những nhà sản xuất ở ngoài nhóm/khu vực của mình bởi các thể chế và phong tục của mỗi địa phương có sự khác nhau. Các thương lái vì thế đã đạt đến mức giới hạn của khả năng nguồn cung của họ và vì thế không có khả năng mở rộng quy mô hoạt động của mình.

Tóm lại, mối liên kết giữa trao đổi buôn bán và sự tin cậy chủ yếu được thúc đẩy bởi những cân nhắc trong việc chia sẻ rủi ro; đó có thể được coi như một hệ thống tạm coi là tin cậy nhằm cung cấp một đảm bảo không chính thức đối với sự thay đổi thất thường của thị trường cho cả người thương lái và cơ sở sản xuất. Từ góc nhìn của người thương lái, rủi ro chính có liên quan tới việc đảm bảo một nguồn cung cấp nắm tin cậy trong trường hợp cầu lên cao nhưng nguồn cung lại bị hạn chế.

### *3.3.3. Mối quan hệ giữa người sản xuất, người thu gom với doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu*

Mối quan hệ này rất chông chéo nhau, có khi các doanh nghiệp xuất nhập khẩu liên kết trực tiếp với các cơ sở sản xuất nắm tổ chức sản xuất và thu mua luôn sản phẩm và có mối liên hệ bằng các hỗ trợ người trực tiếp sản xuất nắm một số chi phí về giống, vật tư hóa chất chuyên dùng, vận chuyển nhằm tạo điều kiện để người sản xuất thực hiện tốt hợp đồng đã ký với công ty; đồng thời tổ chức thu mua sản phẩm và thanh toán theo đúng các điều khoản đã cam kết. Đối với các cơ sở thu gom các doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu lại tổ chức liên kết với các địa



phương, các HTX và các cơ sở thu gom địa phương để tổ chức thu gom nấm. Kết quả điều tra khảo sát cho thấy 11 doanh nghiệp chế biến nông sản của toàn bộ miền Bắc đều có những liên kết với các cơ sở sản xuất nấm ở các cấp độ khác nhau. Riêng chỉ có 1 nhà máy chế biến nấm có vốn 100% Trung Quốc tại Khu công nghiệp Nam Sách, tỉnh Hải Dương có hợp đồng liên kết đầu tư ứng vốn để tổ chức sản xuất nấm ổn định với thời gian từ năm 2005 đến 2020, giá thu mua sản phẩm nấm được điều chỉnh theo giá thị trường quốc tế và khả năng đáp ứng của các cơ sở sản xuất nấm trong vùng thông qua sự trợ giúp, bảo trợ của chính quyền địa phương. Các doanh nghiệp chế biến khác cũng có sự liên kết nhưng chỉ mang tính chất mùa vụ và theo nhu cầu của thị trường tiêu thụ nhất là thị trường xuất khẩu theo các đơn đặt hàng, do vậy mỗi liên kết này thường là không ổn định, tạo nên thị trường cạnh tranh không lành mạnh, đôi lúc xảy ra tình trạng “tranh mua, tranh bán” làm phá vỡ các mối liên kết sản xuất của các doanh nghiệp trong ngành hàng.

Tóm lại, trong giai đoạn hiện nay vùng đồng bằng sông Hồng hội tụ đầy đủ các yếu tố để phát triển ngành hàng nấm ăn với những lợi thế khác biệt so với các vùng trong cả nước như: nguyên liệu phục vụ sản xuất với trữ lượng phong phú, điều kiện tự nhiên tương đối thuận lợi, cơ sở hạ tầng từng bước được hoàn thiện, có truyền thống sản xuất ở các làng nghề, tiếp cận được với dịch vụ khoa học công nghệ ở Trung ương và các địa phương phát triển của miền Bắc, thị trường tiêu thụ rộng mở cả trong và ngoài nước. Qua nghiên cứu đánh giá mối quan hệ giữa các tác nhân tham gia ngành hàng nấm ăn cho thấy: i) Mối quan hệ giữa các tác nhân trong ngành hàng chưa thật chặt chẽ, chỉ mang tính chất hình thức hoặc quan hệ hành chính chưa tuân theo quan hệ của kinh tế thị trường. Ngoại trừ mối quan hệ giữa các cơ quan nghiên cứu với các tác nhân sản xuất theo kiểu phụ thuộc từ khâu cung ứng giống, khoa học kỹ thuật và hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm giai đoạn ban đầu khi mới tham gia vào ngành hàng; ii) Công tác quản lý, chỉ đạo sản xuất trong hệ thống ngành nông nghiệp đã được hình thành nhưng thống nhất từ Trung ương đến các địa phương, căn cứ vào nhu cầu phát triển các địa phương chủ động xây dựng, ban hành những cơ chế, chính sách cho từng năm, mùa vụ trên cơ sở nguồn kinh phí được

phân bổ sử dụng trong ngân sách hàng năm. Công tác hỗ trợ phát triển sản xuất chưa đến thẳng được các cơ sở, thường phải thông qua các đơn vị đầu mối của địa phương như: Phòng Nông nghiệp & PTNT huyện Tiên Lãng, Trung tâm dạy nghề & Giáo dục thường xuyên Vĩnh Bảo – Thành phố Hải Phòng, Doanh nghiệp tư nhân Hương Nam – huyện Yên Khánh – tỉnh Ninh Bình, Công ty mây tre đan xuất khẩu Ngọc Động – Hà Nam, Trung tâm nầm Bắc Giang, Công ty TNHH sản xuất và thương mại KINOKO Thanh Cao – Hà Nội; iii) Mối liên kết giữa tác nhân sản xuất với tác nhân thu gom, sơ chế nói chung chưa liên kết chặt chẽ với nhau thông qua các hợp đồng kinh tế, chủ yếu dựa vào sự tin cậy ở kênh tiêu thụ số 2, kênh số 4 và hoạt động mang tính chất mùa vụ. Riêng đối với kênh tiêu thụ số 3, mối liên kết giữa tác nhân chế biến xuất khẩu với tác nhân sản xuất và tác nhân thu gom, sơ chế đã được thể hiện thông qua các hợp đồng liên kết nhưng trên thực tế lại chưa có chế tài ràng buộc trách nhiệm; iv) Hiện nay, mô hình liên kết giữa tác nhân chế biến xuất với các tác nhân khác tại kênh số 3 của Công ty TNHH sản xuất và chế biến nầm Nam Tiến có 100% vốn nước ngoài được cho là có tính chất ổn định, bền vững trong xây dựng vùng nguyên liệu nầm chế biến. Tuy nhiên, cần phải xây dựng văn bản hướng dẫn chi tiết thực hiện Quyết định 62/2013/QĐ-TTg ngày 25/10/2013 để có nhân rộng mô hình đối với các địa phương vùng đồng sông Hồng đảm bảo cho ngành hàng phát triển ổn định, bền vững.

### **3.4. Kết quả và hiệu quả kinh tế của ngành hàng nầm ăn**

#### **3.4.1. Kết quả và hiệu quả kinh tế của từng tác nhân**

Đánh giá kết quả và hiệu quả kinh tế là một trong những trọng tâm chủ yếu của phân tích phát triển ngành hàng. Phân tích, đánh giá kết quả và hiệu quả kinh tế đối với các tác nhân tham gia ngành hàng nầm ăn sẽ giúp chúng ta có thể so sánh mức độ tạo ra giá trị gia tăng, mức độ hợp lý trong phân phối lợi nhuận giữa các tác nhân. Từ đó có thể nhận định về tính bền vững của ngành hàng xét về góc độ kinh tế - tài chính. Đối với ngành hàng nầm ăn, giá cả được tính theo thị trường tại thời điểm điều tra của các địa phương trong vùng nghiên cứu và không tính chi phí công lao động của gia đình mà chỉ tính công lao động thuê ngoài, nguyên vật liệu sẵn có

trong gia đình như: rơm rạ, thân lõi ngô, cám gạo cám ngô... Như vậy, trong quá trình hạch toán phân lãi gộp, lãi ròng đã bao gồm cả công lao động, nguyên vật liệu và phụ gia sản xuất nấm của gia đình. Trong mục này, chúng tôi sử dụng nguồn số liệu điều tra năm 2011 trên địa bàn nghiên cứu, đồng thời có sự tham khảo hệ thống số liệu thống kê trước đó để làm căn cứ phân tích đánh giá đối với các sản phẩm chính của ngành hàng như nấm rơm, nấm mỡ, nấm sò và mộc nhĩ.

*a) Tác nhân sản xuất nấm ăn*

Đối với tác nhân là các cơ sở sản xuất nấm cho dù sản xuất chuyên hay sản xuất kiêm nhiệm đều phải phụ thuộc vào nguồn cung ứng giống nấm, vật tư chuyên dùng và dịch vụ khoa học kỹ thuật. Các cơ sở sản xuất chuyên như hộ gia đình sản xuất quy mô lớn, trang trại, hợp tác xã và công ty sản xuất ngoài việc phụ thuộc ở trên, yếu tố đầu vào như nguyên liệu chính và các phụ gia phải tính toán và lên kế hoạch cho sản xuất khép kín mùa vụ. Tuy nhiên, nấm sò chủ yếu phục vụ nhu cầu nội tiêu và ăn tươi chủ yếu bởi giá thành, khẩu vị tương đối phù hợp với điều kiện mặt chung của toàn xã hội. Khi chế biến sấy khô thị trường tập trung vào một số nước Đông Âu truyền thống hoặc làm gia vị cho cho một số sản phẩm khác như mì tôm, súp..., chưa có nhà máy chế biến gia tăng cao cấp hơn. Do đó thị trường tiêu thụ vẫn còn có những hạn chế nhất định trong giai đoạn hiện nay. Nấm mỡ được coi như thế mạnh của các tỉnh miền Bắc bởi vì điều kiện tự nhiên ưu đãi hơn các tỉnh miền Trung và miền Nam; đồng thời thị trường tiêu thụ rộng hơn so với các loại nấm khác và đã có tính thương mại toàn cầu. Đối với nấm rơm, mộc nhĩ các tỉnh khu vực miền Nam có ưu thế và truyền thống sản xuất hơn so với miền Bắc, do đó sản lượng rất thấp và chỉ chủ yếu phục vụ nhu cầu tiêu dùng của các địa phương.

Theo kết quả điều tra chi phí sản xuất các loại nấm ăn tại thời điểm năm 2011 bao gồm: i) Giống nấm chiếm 10% chi phí; ii) Nguyên vật liệu 60% (nguyên liệu chính: giống nấm, mùn cưa, rơm rạ, bông phế loại, vật tư chuyên dùng; phụ gia: cám gạo, cám ngô, hóa chất vi lượng,  $\text{CaCO}_3$ ...); iii) Công lao động 20% bao gồm công nông hộ trực tiếp tham gia sản xuất và công đi thuê ngoài; iv) Chi phí khấu hao nhà xưởng, trang thiết bị và các khoản chi phí khác chiếm 10 % tổng chi phí (Bảng 3.11).

**Bảng 3.11. Kết quả và hiệu quả kinh tế tác nhân sản xuất nấm ăn***(Tính cho 1 tấn nấm tươi theo giá năm 2011)*

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>ĐVT</b>	<b>Nấm rơm</b>	<b>Nấm mỡ</b>	<b>Nấm sò</b>	<b>Mộc nhĩ</b>
Giá trị SX (GO)	1000 đ	25.000	20.000	15.000	75.000
Chi phí TG (IC)	1000 đ	9.306	7.317	5.325	44.440
Giá trị GT (VA)	1000 đ	15.694	12.683	9.675	30.560
Lãi gộp (GPr)	1000 đ	10.894	9.392	7.435	11.160
Lãi ròng (NPr)	1000 đ	10.194	8.767	7.085	9.160
VA/IC	lần	1,69	1,73	1,82	0,69
GO/IC	lần	2,69	2,73	2,82	1,69
NPr/IC	lần	1,10	1,20	1,33	0,21
GPr/IC	lần	1,17	1,28	1,40	0,25

*b) Tác nhân thu gom, sơ chế và phân phối bán buôn*

Tác nhân quan trọng trong chuỗi giá trị ngành hàng được xác định là khâu thu gom, sơ chế và phân phối bán buôn bởi nấm ăn là dạng sản phẩm hàng hóa đặc thù như: thu hái đồng loạt; khó vận chuyển, bảo quản; rất mẫn cảm với điều kiện thời tiết; thu hái xong vẫn tiếp tục sinh trưởng và phát triển.

Hiện nay, các cơ sở thu gom, sơ chế và phân phối bán buôn thường được các cấp chính quyền địa phương chỉ định và trợ giúp cho hoạt động ngoài mục tiêu kinh tế còn làm nhiệm vụ chính trị - xã hội tạo động lực cho phát triển cho số đông các cơ sở sản xuất nấm ăn. Các cơ sở này tổ chức việc thu gom và sơ chế làm nguyên liệu cho các nhà máy chế biến. Ngoài ra, các cơ sở này cũng làm nhiệm vụ phân phối bán buôn các loại nấm cho tất cả các tác nhân khác trong ngành hàng như: bán lẻ, người chế biến thực phẩm. Số liệu điều tra năm 2011 đối với chi phí hoạt động của tác nhân này cho từng loại nấm bao gồm: chi cho mua nấm tươi chiếm tới hơn

90% tổng chi phí; các khoản chi phí khác chiếm tỷ lệ  $\leq 2\%$  (vận chuyển, dụng cụ vật tư bảo quản, lao động, khấu hao TSCĐ và chi khác). Riêng với nấm rơm tươi, phần chi phí cho vận chuyển, bảo quản là nhiều nhất so với các loại nấm còn lại bởi đây là sản phẩm đặc thù nhất (thu hái xong vẫn phát triển). Tuy nhiên, qua điều tra khảo sát trong vùng nghiên cứu cho thấy các cơ sở này hầu hết được các cấp chính quyền đầu tư về hạ tầng, vốn lưu động thực hiện công tác thu gom rất ít, nhiều cơ sở có quy mô lớn còn được nhận kinh phí ứng trước của các nhà máy chế biến và các thương lái chuyên nghiệp. Do đó các cơ sở này còn được hưởng phần lợi ích gia tăng của kinh phí đó, trong đề tài chúng tôi không đề cập đến phần lợi ích đó mà tập trung phân tích kết quả hoạt động chính của tác nhân này (Bảng 3.12).

**Bảng 3.12. Kết quả và hiệu quả kinh tế tác nhân thu gom, sơ chế và phân phối bán buôn**

*(Tính cho 1000 kg nấm tươi theo giá năm 2011)*

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>ĐVT</b>	<b>Nấm rơm</b>	<b>Nấm mỡ</b>	<b>Nấm sò</b>	<b>Mộc nhĩ</b>
Giá trị SX (GO)	1000 đ	35.000	30.000	25.000	82.000
Chi phí TG (IC)	1000 đ	26.518,6	22.996,8	16.109,8	76.295,9
Giá trị GT (VA)	1000 đ	8.481,4	7.003,3	8.890,3	5.704,1
Lãi gộp (GPr)	1000 đ	8.022,6	6.642,8	8.390,3	5.067,9
Lãi ròng (NPr)	1000 đ	7.572,6	6.342,8	8.090,3	4.717,9
VA/IC	lần	0,3	0,3	0,6	0,1
GO/IC	lần	1,3	1,3	1,6	1,1
NPr/IC	lần	0,3	0,3	0,5	0,1
GPr/IC	lần	0,3	0,3	0,5	0,1

*c) Tác nhân hộ bán lẻ*

Trong quá trình điều tra khảo sát 80 hộ bán lẻ tại các chợ của Thành phố Hà Nội, Hải Phòng và Ninh Bình cho thấy không có một cửa hàng hay kiốt kinh doanh nào chuyên về nấm ăn. Các hộ bán lẻ thường kết hợp việc bán các loại rau củ, quả với nấm ăn, các hộ này chỉ sử dụng lượng vốn rất nhỏ, ngoại trừ vào các tháng giáp

tết Nguyên đán cần đến việc mua bán nấm sò khô và mộc nhĩ khô. Sản lượng tích trữ không vượt quá 500 kg/loại. Mỗi ngày trung bình mỗi hộ bán được 5 – 7 kg nấm tươi và thu được giá trị gia tăng từ 9 – 36 nghìn đồng/kg; đối với các loại nấm khô phụ thuộc các ngày lễ và cuối năm khi tổ chức lễ cưới, đình đám... Chi phí của tác nhân này tại thời điểm năm 2011 bao gồm: chi phí mua sản phẩm nấm các loại chiếm 96%, lao động 1,2%, thuê địa điểm 1,2%, dụng cụ bảo quản 0,6%, chi phí lãi tiền vay và chi khác 1%. Có thể nói quy mô của tác nhân này tuy nhỏ nhưng số lượng lại phát triển nhiều và rộng khắp trên các địa phương tham gia ngành hàng, do vậy tác nhân này đóng vai trò tích cực trong việc thúc đẩy ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng trong giai đoạn hiện nay (Bảng 3.13).

**Bảng 3.13. Kết quả và hiệu quả kinh tế tác nhân bán lẻ**

(Tính cho 1.000 kg nấm tươi theo giá năm 2011)

Chỉ tiêu	ĐVT	Nấm rơm	Nấm mỡ	Nấm sò	Mộc nhĩ
Giá trị SX (GO)	1000 đ	45.000	40.000	35.000	120.000
Chi phí TG (IC)	1000 đ	36.000	31.000	26.000	83.050
Giá trị GT (VA)	1000 đ	9.000	9.000	9.000	36.950
Lãi gộp (GPr)	1000 đ	8.450	8.450	8.450	36.350
Lãi ròng (NPr)	1000 đ	8.000	8.000	8.000	35.900
VA/IC	lần	0,25	0,29	0,35	0,44
GO/IC	lần	1,25	1,29	1,35	1,44
NPr/IC	lần	0,22	0,26	0,31	0,43
GPr/IC	lần	0,23	0,27	0,33	0,44

*d) Cơ sở chế biến nấm ăn*

Trong ngành hàng nấm ăn, tác nhân chế biến tham gia vào ngành hàng là không lớn, đều là các công ty và được tập trung ở một số tỉnh có truyền thống sản xuất hàng nông sản xuất khẩu như Ninh Bình, Nam Định, Hải Phòng, Hưng Yên, Thái Bình và Bắc Giang. Theo thống kê của Cục Trồng trọt (2011), toàn bộ miền Bắc có 11 nhà máy chế biến nông sản kết hợp với chế biến nấm. Luận án tập trung vào điều tra khảo sát tại: Công ty cổ phần chế biến thực phẩm Đồng Giao – Ninh

Bình, Công ty TNHH sản xuất và chế biến nấm Nam Tiến – Hải Dương, Công ty TNHH chế biến nông sản Vạn Đắc Phúc - Hải Dương, Công ty TNHH Thông Tấn - Hà Nội và Doanh nghiệp tư nhân Hương Nam bởi các đơn vị có trụ sở tại vùng nghiên cứu và ảnh hưởng trực tiếp đến việc chế biến sản phẩm trong ngành hàng nghiên cứu. Đối với số liệu thống kê, chúng tôi tiến hành thu thập chi phí cho 1 tấn nấm tại các cơ sở thu gom cung cấp để sản xuất ra 1.000 hộp nấm với trọng lượng 1kg/hộp, trong đó trọng lượng từ 0,65 – 0,75 kg/hộp, riêng nấm mộc nhĩ được tính theo 1.000 kg nấm thành phẩm.

Kết quả điều tra khảo sát tại 5 cơ sở chế biến xuất khẩu năm 2011 cho thấy chi phí chế biến 1 tấn nấm bao gồm: Chi phí vật chất bình quân chiếm 75,5% (trong đó: chi phí nguyên liệu chiếm 66%, hao hụt chiếm gần 4%, còn lại các chi phí vật tư, hóa chất, phụ gia chiếm không vượt quá 1%); chi phí dịch vụ xuất khẩu, quản lý chiếm từ 1%; chi phí lao động chiếm 2%; còn lại là khấu hao TSCĐ (Bảng 3.14).

**Bảng 3.14. Kết quả và hiệu quả kinh tế tác nhân chế biến nấm ăn**

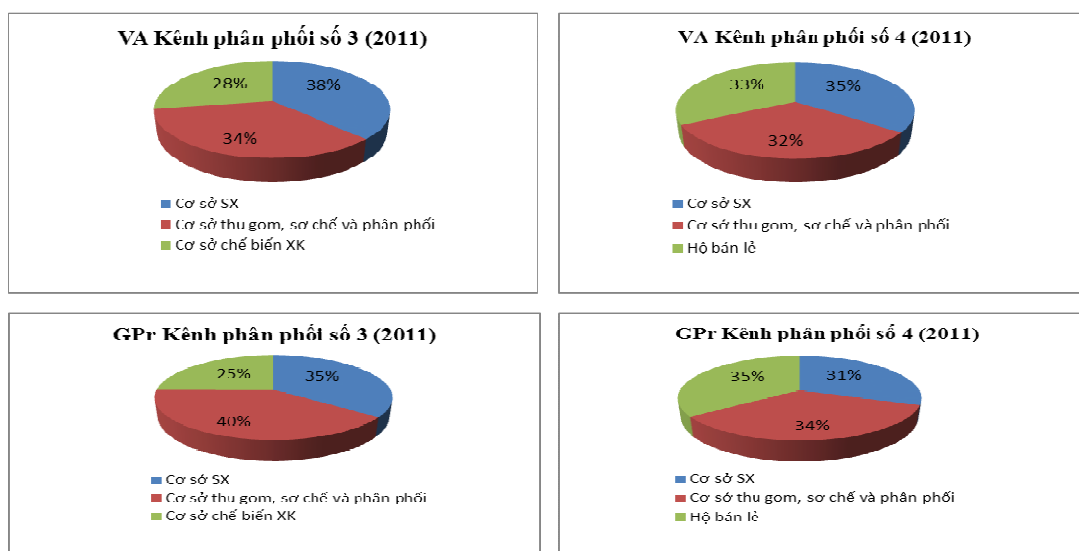
*(Tính cho 1000 kg nấm theo giá năm 2011)*

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>ĐVT</b>	<b>Nấm rơm</b>	<b>Nấm mỡ</b>	<b>Nấm sò</b>	<b>Mộc nhĩ</b>
Giá trị SX (GO)	1000 đ	40.000	45.000	30.000	110.000
Chi phí TG (IC)	1000 đ	35.500	38.650	22.900	92.340
Giá trị GT (VA)	1000 đ	4.500	6350	7.100	17.660
Lãi gộp (GPr)	1000 đ	2.650	4.500	5.250	16.110
Lãi ròng (NPr)	1000 đ	2.350	4.200	4,950	15.810
VA/IC	lần	0,13	0,16	0,31	0,19
GO/IC	lần	1,13	1,16	1,31	1,19
NPr/IC	lần	0,07	0,11	0,22	0,17
GPr/IC	lần	0,07	0,12	0,23	0,17

### 3.4.2. Kết quả và hiệu quả kinh tế theo từng loại nấm ăn

Sự vận hành của luồng vật chất qua từng kênh hàng có thể cho biết mức đóng góp để tạo nên giá trị gia tăng của ngành hàng và sự phân bổ lợi nhuận giữa các tác nhân trong ngành hàng cụ thể. Như đã trình bày ở phần mô tả hoạt động của các tác nhân trong ngành hàng, kết quả nghiên cứu này tập trung xem xét luồng hàng tại kênh 3 và 4 trong sơ đồ ngành hàng nấm ăn năm 2011 với từng loại sản phẩm. Riêng đối với sản phẩm nấm mộc nhĩ là sản phẩm đặc thù trong ngành hàng, đề tài tập trung vào nghiên cứu ở kênh phân phối số 2 và số 4. Trên cơ sở đánh giá kết quả và hiệu quả kinh tế của các tác nhân, đề tài tiến hành đánh giá sự đóng góp của giá trị gia tăng (VA) và lãi gộp (GPr) cho từng dòng sản phẩm trong kênh phân phối của ngành hàng đối với từng loại sản phẩm nấm như sau:

#### \* Nấm sò



**Biểu đồ 3.3. Kết cấu VA, GPr các tác nhân trong kênh phân phối nấm sò**

So sánh 2 kênh tiêu thụ nấm tươi có thể thấy rằng, tổng giá trị gia tăng (VA) tạo ra ở kênh 4 tăng 0,9% so với kênh 3. Tuy nhiên, tỷ lệ đóng góp của VA của các tác nhân trong kênh phân phối nấm sò lại không có sự chênh lệch quá lớn và tương đối đồng đều. Lãi gộp (GPr) cho từng tác nhân trong các kênh phân phối đối với sản phẩm nấm sò, tác nhân là các cơ sở thu gom sơ chế và phân phối có lợi nhuận cao nhất chiếm từ 34 – 40% trong cả hai kênh phân phối. Đối với tác nhân là các cơ sở



chế biến vẫn thu được lợi nhuận thấp nhất. Tác nhân là các hộ bán lẻ sản phẩm nấm tại các chợ, khu dân cư lại có lợi nhuận cao hơn đối với người trực tiếp sản xuất ra nấm ăn (Biểu đồ 3.3).

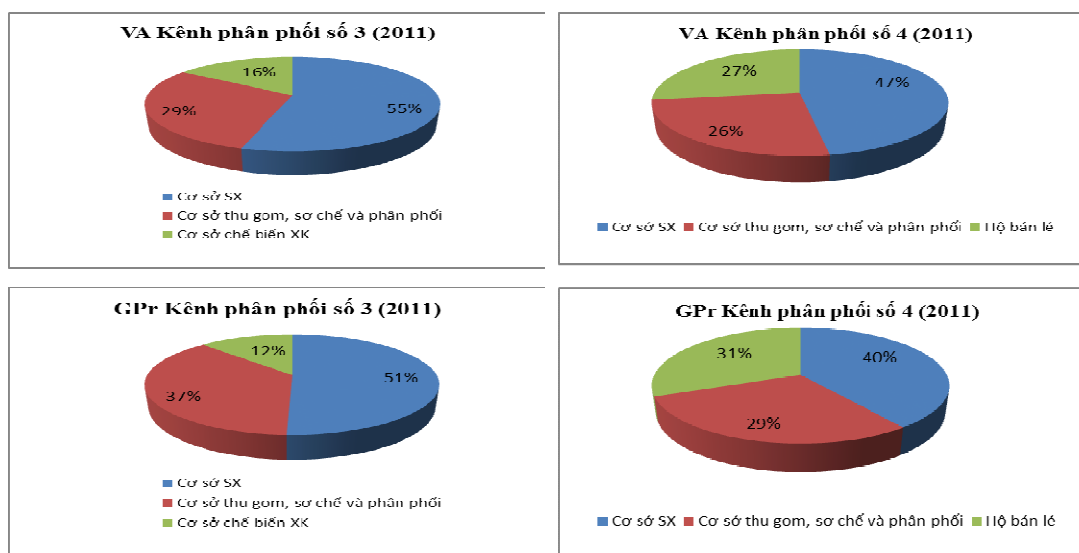
Trên cơ sở tổng hợp phân tích, tác nhân sản xuất là các cơ sở sản xuất nấm ăn tạo ra VA lớn nhất trong ngành hàng nấm ăn xét theo khía cạnh 1 sản phẩm nấm sò, bởi đây là loại nấm dễ sản xuất và cho năng suất cao nhất hiện nay; tác nhân chế biến thu được VA thấp nhất do giá nguyên liệu đầu vào là nấm tươi cao, trong khi đó giá sản phẩm xuất khẩu đã được ấn định và phụ thuộc vào giao dịch trên thị trường quốc tế. Như vậy, theo lý thuyết các cơ sở sản xuất không cung cấp nấm tươi cho các nhà máy chế biến mà tập trung cho tiêu thụ nấm tươi tại thị trường nội địa phục vụ nhu cầu ngày càng tăng đối với sản phẩm có giá trị dinh dưỡng và dược liệu này. Lợi nhuận của dòng sản phẩm nấm sò này chủ yếu được tập trung vào tác nhân thu gom, sơ chế và phân phối và các hộ bán lẻ. Điều này đã làm cho rất nhiều nhà máy chế biến nấm bị thiếu nguyên liệu sản xuất và mất dần thị trường xuất khẩu do không có lượng hàng ổn định.

#### **\* Nấm rơm**

Đối với dòng sản phẩm nấm rơm thì tác nhân sản xuất tạo ra VA lớn nhất bởi vì sản xuất nấm rơm chi phí ít nhưng giá bán nấm rơm tươi lại cao so với các dòng sản phẩm nấm ăn khác, trừ mộc nhĩ là sản phẩm khô. Cũng tương tự như đối với nấm sò, tác nhân chế biến xuất khẩu tạo ra VA thấp nhất chỉ bằng gần 50% so với các tác nhân thu gom, sơ chế và phân phối; đặc biệt chỉ bằng gần 30% so với tác nhân sản xuất.

Hiện nay, do nhu cầu tiêu dùng tăng mạnh lên kênh phân phối dòng sản phẩm này vẫn chủ yếu tập trung vào thị trường nội địa để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng, từng bước hạn chế tỷ lệ nhập khẩu nấm chế biến. So sánh hai kênh tiêu thụ cho thấy tổng VA tạo ra ở kênh phân phối 4 lớn hơn kênh 3 là 0,86%. Xét về lợi nhuận của các tác nhân trong kênh phân phối sản phẩm, tác nhân chế biến vẫn thu được lợi nhuận thấp do ảnh hưởng của giá nguyên liệu đầu vào cao, tác nhân sản xuất thu được lợi nhuận cao nhất do chi phí sản xuất thấp như nguyên liệu sẵn có, giống vật tư ít và chu kỳ sản xuất nhanh hơn so với các loại nấm khác. Tác nhân hộ bán lẻ tại các

chợ, khu dân cư cũng thu được lợi nhuận trên 30% trong tổng số kết cấu lợi nhuận của kênh phân phối số 4 (Biểu đồ 3.4).



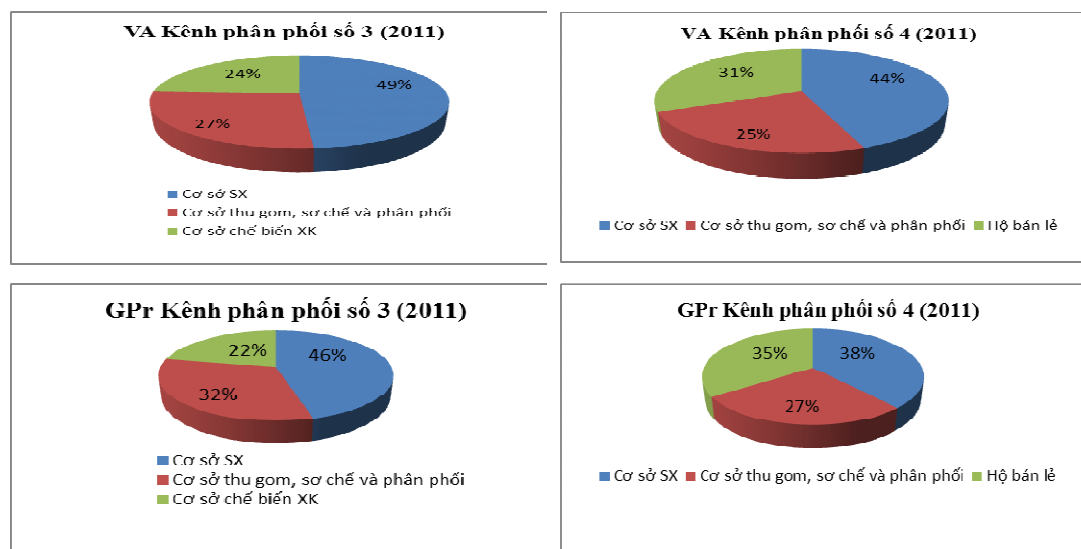
**Biểu đồ 3.4. Kết cấu VA, GPr các tác nhân trong kênh phân phối nấm rơm**

#### \* *Nấm mỡ*

Cũng tương tự như các loại nấm ăn khác, tác nhân sản xuất vẫn tạo ra VA lớn nhất và sản phẩm này cũng vẫn tập trung vào tiêu thụ nấm tươi mỡ do nhu cầu sử dụng của người tiêu dùng nhất là vào dịp cuối năm. Để loại trừ yếu tố quy mô sản xuất thì sự đóng góp VA trong ngành hàng nấm của các tác nhân, kết quả tính toán trên được tính trung bình cho 1 tấn sản phẩm nấm tươi. Tuy nhiên, do đặc tính của nấm mỡ sinh trưởng phát triển vào mùa đông và theo từng chu kỳ của thời tiết; do vậy xét về lý thuyết và thực tiễn thì không thể tiêu thụ hết nấm tươi trong giai đoạn này do nguồn cung tương đối nhiều hơn so với nhu cầu sử dụng vào những thời điểm nhất định. Đồng thời, các tháng cuối năm là thời vụ đa dạng nhất của tất cả các chủng loại nấm được nuôi trồng phổ biến hiện nay, nên người tiêu dùng có sự lựa chọn nhiều hơn.

Qua tổng hợp kết quả điều tra, khảo sát và phân tích cho thấy tổng VA của hai kênh phân phối này cũng không có sự chênh lệch quá lớn, tỷ lệ đóng góp VA của các tác nhân trong kênh phân phối tương đối đồng đều, ngoại trừ tác nhân sản

xuất cùng giống như các loại nấm khác (phụ lục số 3). Lãi gộp của các cơ sở sản xuất trong cả hai kênh phân phối đạt từ 38 - 46% trên tổng kết cấu của kênh phân phối. Ngoài ra, tác nhân thu gom, sơ chế và phân phối cũng thu được lợi nhuận từ 27 - 32%; tác nhân bán lẻ thu được 35%, tác nhân chế biến vẫn chịu thiệt nhất trong ngành hàng nấm ăn (Biểu đồ 3.5).



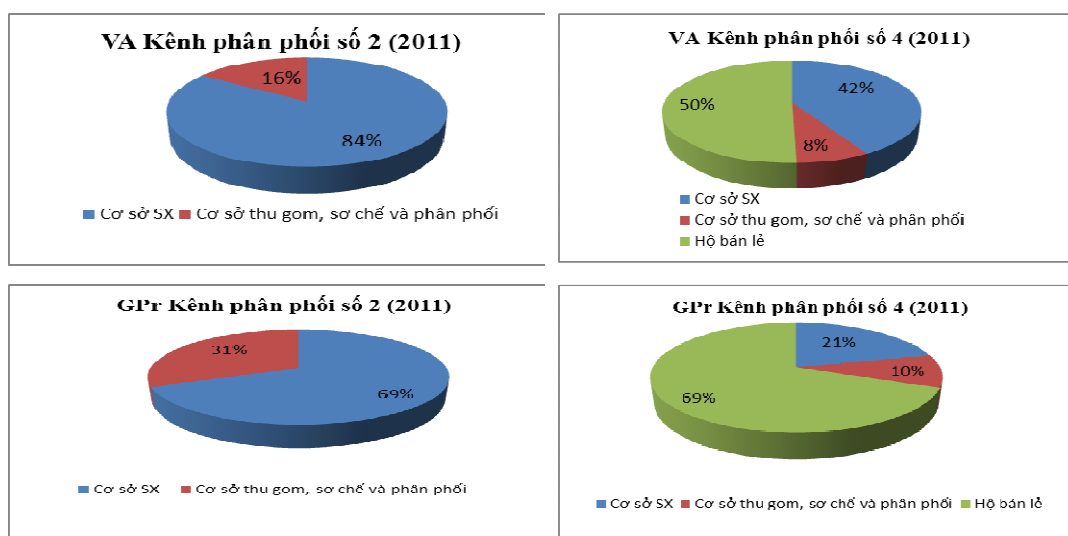
**Biểu đồ 3.5. Kết cấu VA, GPr các tác nhân trong kênh phân phối nấm mỡ**

### \* Mộc nhĩ

Riêng đối sản phẩm nấm mộc nhĩ kênh phân phối được thực hiện chủ yếu tại kênh số 2 và 4 trong sơ đồ ngành hàng nấm ăn của vùng. Kênh số 2 tác nhân là người tiêu dùng, thực chất là các cơ sở có sử dụng nấm mộc nhĩ nhiều để chế biến thực phẩm. Tổng giá trị VA của kênh số 4 lớn hơn kênh số 2 gần gấp 4,6 lần do các nhiều tác nhân tham gia vào kênh phân phối hơn. đối với kênh số 4 tác nhân bán lẻ có tỷ lệ đóng góp VA lớn nhất (phụ lục số 3). Tuy nhiên đối với kênh số 4 thì quy mô và tính chất nhỏ lẻ chỉ mang tính chất tiêu dùng cá nhân không thể tiêu thụ hàng hóa lớn được (Biểu đồ 3.6).

Lãi gộp (GPr) của tác nhân sản xuất trong kênh phân phối số 2 thu được cao nhất bởi sản xuất mộc nhĩ thường được tổ chức với quy mô trang trại và tạo ra khối lượng sản phẩm lớn; tác nhân này cũng trực tiếp cung ứng sản phẩm đến người

sử dụng có nhu cầu lớn như đã trình bày ở trên. Đối với kênh số 4, tác nhân thu gom sơ chế và phân phối chỉ đóng vai trò trung gian làm cầu nối giữa sản xuất và tiêu dùng nên lợi thu được lợi nhuận 10%. Tác nhân bán lẻ thu được cao nhất gần 70% và tác nhân sản xuất thu được 20% trong tổng số lợi nhuận của kênh. Mặc dù tác nhân bán lẻ thu được lợi nhuận cao nhưng số lượng bán sản phẩm lại rất ít, thời gian hoạt động dài vì phụ thuộc vào nhu cầu sử dụng của người dân, đối với một số chỉ sử dụng làm gia vị chế vào bữa ăn hoặc sử dụng nhiều vào các mùa lễ hội và đình đám ở địa phương.



**Biểu đồ 3.6. Kết cấu VA, GPr các tác nhân trong kênh phân phối một số**

Tóm lại, qua nghiên cứu cho thấy rằng giá trị gia tăng (VA) và lãi gộp (GPr) giữa các tác nhân cho từng sản phẩm trong ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng chưa thật hợp lý, lợi ích nghiêng về tác nhân sản xuất, các cơ sở chế biến xuất khẩu chịu thiệt thòi nhất do phải chịu mức đầu vào giá cao khi thu mua nguyên liệu để chế biến. Tuy nhiên, trong thời gian gần đây tác nhân sản xuất thường phải chịu rủi ro về điều kiện thiên nhiên và các yếu tố ngoại cảnh tác động, dịch bệnh trong quá trình tổ chức sản xuất ảnh hưởng đến năng suất và chất lượng sản phẩm nấm. Do đó, thực chất là tác nhân khác trong kênh phân phối của ngành

hàng mới có mức đóng góp VA và lãi gộp là ổn định nhất. Chính từ những bất cập đó mà mối liên kết giữa các tác nhân tham gia trong ngành hàng nói chung và cho từng kênh phân phối sản phẩm nói riêng chưa thật sự chặt chẽ, chỉ mang tính chất hình thức.

### **3.5. Đánh giá sự phát triển ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng**

#### **3.5.1. Về sự tăng trưởng của ngành hàng nấm ăn**

Phát triển ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng là xem xét một tập hợp các tác nhân kinh tế quy tụ trực tiếp vào việc sản xuất tạo ra sản phẩm cuối cùng. Trong thời gian qua, ngành hàng nấm ăn đã tăng trưởng cả về quy mô, số lượng và từng bước hoàn thiện về quan hệ giữa các tác nhân tham gia trong ngành hàng với sự đóng góp tích cực của yếu tố khoa học kỹ thuật. Điều này thể hiện trên một số nội dung cơ bản sau đây:

- Các địa phương trong vùng đồng bằng sông Hồng đã ứng dụng và xây dựng được cơ cấu mùa vụ, chủng loại nấm ăn phù hợp với điều kiện vùng sinh thái; đồng thời áp dụng thành công các quy trình công nghệ từ quy mô nhỏ ở nông hộ đến quy mô lớn mang tính chuyên nghiệp như: trang trại, hợp tác xã, doanh nghiệp sản xuất nấm. Ngoài ra, đã từng bước chuyên môn hóa trong tổ chức sản xuất nấm ăn từ đó làm đa dạng hóa 16 chủng loại nấm ăn, từng bước đáp ứng nhu cầu thị hiếu của người tiêu dùng và làm giảm tỷ lệ nấm nhập khẩu.

- Từng bước nâng cao được chất lượng sản phẩm nấm trên cơ sở hoàn thiện quy trình công nghệ thu hái, bảo quản và sơ chế biến nấm phục vụ nội tiêu cũng như đáp ứng yêu cầu chất lượng nguyên liệu cho các nhà máy chế biến nấm đạt tiêu xuất khẩu với điều kiện đặc thù của Việt Nam như: sản xuất manh mún, tỷ suất đầu tư ít, trình độ dân trí không đồng đều...góp phần lớn vào sản lượng 270 nghìn tấn nấm năm 2011.

- Tận dụng được nguồn sản phẩm phụ của ngành nông nghiệp; chế biến gỗ, dệt may... hiện nay mới khai thác được chưa đến 1% sản phẩm phụ nông nghiệp và 10 - 15% sản phẩm chế biến gỗ, dệt may. Có thể nói đây là nguồn tài nguyên quý giá của đất nước nếu xét trên khía cạnh phát triển ngành hàng nấm ăn.

### **3.5.2. Về sự thông suốt của ngành hàng nấm ăn**

Hoạt động của các tác nhân cùng với các nhân tố ảnh hưởng đã tạo nên ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng với nhiều đặc thù khác biệt so với các vùng khác trong cả nước trên những đánh giá, nhận định sau đây:

Thứ nhất là đã từng bước hình thành và xây dựng được mối quan hệ giữa tác nhân tham gia trong ngành hàng mặc dù vẫn còn những điểm cần phải hoàn thiện để tạo dựng nên mối liên kết chặt chẽ và thông suốt hơn nữa như: mối liên kết giữa các cơ quan nghiên cứu với cơ sở sản xuất, cơ sở sản xuất với cơ sở thu gom, sơ chế, cơ sở sản xuất với các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu, cơ sở thu gom với hộ bán lẻ.

Thứ hai là các kênh tiêu thụ sản phẩm đa dạng, hoạt động linh hoạt theo mùa vụ của sản xuất nấm ăn. Tuy nhiên, trong giai đoạn hiện nay kênh tiêu thụ số 2 chiếm tới 70% sản lượng của các tác nhân sản xuất do nhu cầu tiêu dùng nội địa các sản phẩm nấm tươi thông qua các thương lái để phân phối, kênh số 3 chiếm 20% sản lượng thông qua các tổ chức thu gom cung cấp cho các nhà máy chế biến xuất khẩu. Riêng đối với kênh số 4 chủ yếu phân phối tiêu dùng địa phương và cho liên vùng thông qua một số tổ chức như siêu thị, cửa hàng rau sạch, nhà hàng chiếm khoảng 10% sản lượng sản xuất ra của toàn vùng do tính chất mùa vụ nên nguồn cung cấp không ổn định để đáp ứng được theo yêu cầu của các tổ chức đặt hàng.

Thứ ba là mối liên kết giữa tác nhân chế biến xuất khẩu với các loại hình tổ chức sản xuất của tác nhân sản xuất tại kênh tiêu thụ số 3 trong thời gian qua còn lỏng lẻo, chỉ mang tính tượng trưng chưa có chế tài ràng buộc trách nhiệm quyền lợi và nghĩa vụ giữa các bên khi thực hiện hợp đồng liên kết trong sản xuất – tiêu thụ nấm ăn. Qua điều tra khảo sát 250 cơ sở sản xuất chuyên nghiệp quy mô hộ gia đình, 40 trang trại, 7 HTX nấm và 7 doanh nghiệp cho thấy 80% các cơ sở sản xuất không tuân theo các điều khoản đã ký trong hợp đồng liên kết vào đầu vụ, cuối vụ thu hoạch do có sự chênh lệch giá so với cung cấp cho các nhà máy chế biến. Có nghĩa là vào đúng mùa vụ thu hoạch, sản lượng thu hái nhiều chưa tiêu thụ hết cho thị trường nội địa sẽ được chuyển hướng cung cấp và đẩy những rủi ro cho các nhà máy chế biến như: số lượng ứn thừa cục bộ không xử lý kịp thời, chất lượng giảm sút do thời gian bảo quản, không đồng đều do đặc tính sinh học của nấm ăn và

phá vỡ kế hoạch xuất khẩu của doanh nghiệp chế biến. Ngoài ra, việc không tuân thủ các điều khoản trong hợp đồng liên kết sản xuất đã xảy ra tình trạng lộn xộn “tranh mua, tranh bán” trong thị trường thu mua nấm ăn làm ảnh hưởng đến các nhà đầu tư. Chỉ tính riêng Công ty TNHH sản xuất và chế biến nấm xuất khẩu Nam Tiến đã có hợp đồng liên kết từ năm 2006 đến năm 2020 về đầu tư ứng vật tư, giống nấm cho các cơ sở sản xuất tạo vùng nguyên liệu ổn định chế biến đối với các tỉnh Nam Định, Ninh Bình, Hải Phòng và một số địa phương khác của miền Bắc nhưng lại không được sản lượng theo kế hoạch đặt ra như: năm 2006 đạt 26,6% kế hoạch (400 tấn /1500 tấn), năm 2007 đạt 15%, năm 2010 đạt 10%, năm 2011 đạt 12,5%. Kết quả cho thấy doanh nghiệp phải chịu phạt đối với khách quốc tế đạt hàng nhưng doanh nghiệp lại không có chế tài ràng buộc trách nhiệm được với các cơ sở sản xuất tại các địa phương. Theo đánh giá của các chuyên gia, các nhà khoa học và chính quyền địa phương thì xét về góc độ xã hội đã phần nào thành công trong giai đoạn vừa qua là đã tạo ra được một thị trường tiêu thụ rộng mở với nhiều đối tác và loại hình tiêu thụ sản phẩm; tuy nhiên cần phải có sự điều chỉnh và định hướng để mối quan hệ giữa các tác nhân được hài hòa tạo động lực phát triển ngành hàng theo hướng bền vững hơn.

Thứ tư là hoạt động của các tác nhân tham gia ngành hàng thời gian vừa qua chịu ảnh hưởng rất lớn từ các cơ chế, chính sách nhằm hỗ trợ thúc đẩy phát triển sản xuất nấm ăn để giải quyết vấn đề an sinh xã hội của các địa phương như: cơ chế hỗ trợ cơ sở hạ tầng, nhà xưởng, trang thiết bị, giống nấm, chuyển giao tiến bộ KHKT và chính sách dồn điền đổi thửa, mặt bằng phục vụ mở rộng quy mô sản xuất. Ngoài ra đời sống của người dân từng bước được cải thiện, mức thu nhập không ngừng tăng đã làm gia tăng tiêu dùng nhất là đối với những thực phẩm sạch, an toàn; đồng thời vấn đề hội nhập kinh tế quốc tế cũng ảnh hưởng đến mọi hoạt động trong ngành hàng theo chiều hướng phát triển.

### ***3.5.3. Về hiệu quả kinh tế - xã hội và môi trường***

Đối với hiệu quả kinh tế có thể đánh giá ở các khía cạnh như: Chuyển hóa được các phế phụ phẩm thành những sản phẩm có giá trị kinh tế cao bằng việc sử dụng gần 1% sản phẩm phụ nông nghiệp và 10 – 15% sản phẩm chế biến gỗ, dẹt máy với mức đầu tư và chi phí thấp; Tỷ suất lợi nhuận trong ngành hàng nấm ăn cũng khá

cao so với các ngành nghề nông nghiệp khác, theo tính toán ngành hàng nấm ăn đạt khoảng 20 - 25% trong khi các ngành nông nghiệp khác chỉ có 5 - 7%; Góp phần nâng cao thu nhập cho người dân vùng nông thôn; bình quân thu nhập trong toàn vùng đạt khoảng 2 – 3 triệu đồng/người. Theo tính toán của các chuyên gia và nhà khoa học nếu có chiến lược phát triển thì ngành hàng nấm ăn sẽ đóng góp GDP cho khu vực nông thôn khoảng 15% và ngành nông nghiệp khoảng 40%; đồng thời còn kéo theo hơn 20 ngành nghề khác trong xã hội cũng phát triển. Đây là con số rất ấn tượng của một ngành sản xuất đi sau các ngành nghề khác.

Đối với vấn đề xã hội, phát triển ngành hàng nấm ăn phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực nhằm đạt được các mục tiêu xã hội nhất định. Các mục tiêu xã hội thường thấy như: giải quyết công ăn việc làm góp phần giảm số người thất nghiệp; nâng cao trình độ và đời sống văn hóa, tinh thần cho người lao động, đảm bảo mức sống tối thiểu cho người lao động trên cơ sở giải quyết tốt các quan hệ trong phân phối, đảm bảo và nâng cao sức khỏe; đảm bảo vệ sinh môi trường sinh thái. Ngoài ra, người ta xem xét mức tương quan giữa các kết quả hay mục tiêu đạt được về mặt xã hội như: cải thiện điều kiện lao động, nâng cao đời sống văn hóa và tinh thần, giải quyết công ăn việc làm... và chi phí bỏ ra để đạt được kết quả đó.

Đối với vấn đề môi trường và hệ sinh thái bền vững thì phát triển ngành hàng nấm ăn sẽ góp phần vào hạn chế tình trạng sử dụng các loại thuốc hóa học đang làm hủy hoại môi trường đất, nước, không khí. Nấm ăn là loại cây trồng không trồng trên đất, không phun thuốc trừ sâu, thời gian trồng và thu hoạch nhanh nên các sản phẩm nấm dễ dàng đạt tiêu chuẩn “rau sạch”. Sản xuất nấm ăn đã tận thu nguồn nguyên liệu trong nông - lâm - công nghiệp để tạo ra sản phẩm có giá trị dinh dưỡng và kinh tế cao, góp phần vào hạn chế tình trạng đốt rơm rạ ngoài cánh đồng gây khói và tình trạng tắc nghẽn dòng chảy do vớt rơm rạ xuống kênh mương thủy lợi. Đồng thời phế thải sau khi thu hoạch nấm làm phân bón hữu cơ cho cây trồng, cải tạo đồng ruộng góp phần tăng năng suất cây trồng, tạo dựng giá trị hàng nông sản hữu cơ.

Tóm lại, phát triển ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng chúng ta đã thu lại lợi ích kép, vừa đạt hiệu quả kinh tế - xã hội, vừa bảo vệ môi trường góp phần xây dựng nền nông nghiệp hữu cơ bền vững.



### **3.6. Các nhân tố ảnh hưởng phát triển ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng**

#### **3.6.1. Nhóm nhân tố bên trong**

\* *Các cơ sở sản xuất nấm*: Các cơ sở trên địa bàn nghiên cứu tuy đã có sự liên, hợp tác trong việc sản xuất nấm nhưng vẫn còn nhiều hạn chế. Nhiều gia đình, cơ sở sản xuất trong quá trình tổ chức sản xuất và tiêu thụ nấm vẫn chưa liên kết chặt chẽ và chia sẻ với nhau về kỹ thuật sản xuất, cơ cấu chủng loại nấm trong mùa vụ và thị trường tiêu thụ. Đặc biệt là vấn đề triển khai sản xuất nấm yêu cầu kỹ thuật cao (rơm trái vụ và một số loại nấm cao cấp) hoặc một số loại bệnh nấm mới phát sinh hoặc một số chủng giống nấm mới có triển vọng phát triển tại địa phương. Ngược lại, một số nhóm hộ, cơ sở sản xuất nấm thuộc huyện Yên Khánh, tỉnh Ninh Bình, huyện Tiên Lãng, Thành phố Hải Phòng và một số hộ gia đình của huyện Chương Mỹ, Thành phố Hà Nội đã có sự kiên kết và chia sẻ với nhau về kinh nghiệm sản xuất nhất là một số loại nấm mới được các cơ quan nghiên cứu triển khai nuôi trồng thử nghiệm, phối hợp với nhau về chủng loại nấm sản xuất. Ngoài ra, các nhóm hộ và các cơ sở này còn phối hợp để tạo dựng nên thị trường cung ứng các nguyên liệu đầu vào phục vụ cho sản xuất, cung cấp thông tin về giá tiêu thụ sản phẩm nấm. Tuy nhiên, mức độ liên kết và phối hợp này chỉ mới được thực hiện ở các cơ sở sản xuất theo trang trại, các hộ gia đình có quy mô sản xuất trên 5 tấn nguyên liệu/vụ. Nhìn chung, sự liên kết của các cơ sở sản xuất nấm tại các địa phương là rất hạn chế chủ yếu phụ thuộc hoàn toàn vào công tác chỉ đạo sản xuất của các ngành chức năng của địa phương như: Phòng Nông nghiệp & Phát triển nông thôn, Trung tâm dạy nghề, các Trung tâm ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật và một số doanh nghiệp tư nhân có cơ sở sản xuất tại địa phương (Doanh nghiệp tư nhân Hương Nam, Công ty xuất nhập khẩu mây tre Ngọc Động, Công ty TNHH sản xuất và thương mại KINOKO Thanh Cao, Công ty mây tre đan Phú Minh – Hưng Yên...).

\* *Cơ sở thu gom, sơ chế và phân phối bán buôn*: Các đơn vị này có hình thức tổ chức là trang trại hoặc có quy mô sản xuất nấm lớn hoặc các Hợp tác xã hoặc doanh nghiệp được chính quyền địa phương chỉ định thực hiện. Nhiệm vụ chủ yếu

làm đầu mối cho việc tiếp nhận các loại giống nầm, vật tư chuyên dùng cung cấp cho các cơ sở sản xuất khác trên địa bàn; đồng thời thực hiện việc tiêu thụ sản phẩm của địa phương đó dưới sự chỉ đạo của chính quyền và ban chỉ đạo nghề nầm của huyện. Thông thường Ban chỉ đạo nghề nầm của huyện được giao cho Phòng Nông nghiệp huyện phối hợp với UBND các xã, thị trấn và có sự phối hợp với các tổ chức đoàn thể chính trị khác tùy thuộc vào từng địa phương lựa chọn. Trong thời gian qua, do nhu cầu tiêu dùng nầm ở các địa phương nhất là vào dịp cuối năm, mùa lễ hội, đình đám và nhu cầu của các nhà máy chế biến tăng cao nên việc điều phối, chỉ đạo các cơ sở này gặp rất nhiều khó khăn. Từ đó đã dẫn đến tình trạng cạnh tranh về hình thức thu mua và phương thức thanh toán nên đã dẫn đến không lành mạnh trong thu gom sản phẩm nầm tươi, đôi khi có tình trạng “tranh mua, tranh bán”. Điều này đã làm ảnh hưởng rất lớn và đôi khi còn gây cản trở trong việc thực hiện Quyết định số 80/2002/QĐ-TTg ngày 24/6/2002 của Chính phủ về khuyến khích tiêu thụ hàng nông sản thông qua hợp đồng, rất khó thu hút được các nguồn lực đầu tư từ các Công ty chế biến nầm và các nhà đầu tư nước ngoài trong giai đoạn trước đây và trong thời gian nghiên cứu của đề tài. Theo số liệu điều tra khảo sát cho thấy hầu hết các nhà máy chế biến nầm xuất khẩu tại các tỉnh khu vực phía Bắc đều trong tình trạng bị thiếu hụt nguyên liệu chế biến dẫn đến không đảm bảo hợp đồng cung cấp cho đối tác và bị phạt hợp đồng, làm mất uy tín trên thị trường quốc tế. Hiện nay, Chính phủ đã có Quyết định số 62/2013/QĐ-TTg ngày 25/10/2013 về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng mẫu lớn có hiệu lực thi hành từ ngày 10/12/2013 thay thế cho Quyết định số 80/2002/QĐ-TTg với những quy định chi tiết thi hành nhằm từng bước hạn chế những bất cập nảy sinh trong quá trình thực thi quyết định nói trên.

Đối với tác nhân phối phối bán buôn trong ngành hàng nầm ăn đều do các hộ cá thể đảm nhận việc thu gom từ các trực tiếp sản xuất có quy mô nhỏ từ 3 – 5 tấn nguyên liệu/năm ra các chợ đầu mối nông sản để phân phối và bán buôn cho các tổ chức, cá nhân về bán lẻ và tiêu dùng. Hiện nay, theo thống kê của Trung tâm Công nghệ sinh học thực vật và kết quả khảo sát thực tế tại các địa phương vùng đồng

bằng sông Hồng có khoảng gần 100 đầu mối thực hiện nhiệm vụ này và đều mang tính tự phát. Các đầu mối này hoạt động cũng không ổn định thường tập trung vào đầu vụ và cuối vụ nắm khi mà sản lượng nắm ở các địa phương chưa có nhiều, giá bán trên thị trường thường là cao gấp 1,5 đến 2 lần so với giá thu mua để chế biến hoặc là các sản phẩm nắm trái vụ như: nắm rơm trái vụ, nắm mỡ sản xuất công nghiệp hoặc nắm mỡ thu sớm hơn so với thời vụ. Các đầu mối này thường mang tính cạnh tranh nhưng số lượng tiêu thụ lại hạn chế, chất lượng sản phẩm nắm tươi yêu cầu cao hơn so với bán cho các nhà máy chế biến vì đối tượng tiêu dùng là ăn tươi, các nhà hàng khách sạn tiêu thụ theo mỗi hàng thường xuyên.

\* *Các cơ sở chế biến xuất khẩu:* Hiện nay theo thống kê của Cục Trồng trọt (2011) toàn bộ miền Bắc có 11 công ty chế biến nông sản và nắm có vốn đầu tư trong và ngoài nước. Tuy nhiên, chỉ có duy nhất một công ty chuyên chế biến nắm xuất khẩu có vốn 100% nước ngoài với công suất 35 nghìn tấn/năm, số còn lại là kết hợp giữa chế biến rau quả kết hợp với chế biến nắm khi vào mùa vụ chính hoặc nhận được các đơn hàng nhập khẩu từ nước ngoài. Nhìn chung, các cơ sở chế biến có mức độ liên kết với nhau cũng tương đối lỏng lẻo, hầu như mỗi các cơ sở đều tự tìm kiếm bạn hàng và giữ thị phần ở những thị trường nhất định; đồng thời cũng tự xây dựng vùng nguyên liệu hoặc liên kết sản xuất cho riêng mình chưa có sự phối hợp, quy hoạch cho sản xuất tổng thể của vùng. Hiện nay, giữa các cơ sở này cũng đã xảy ra tình trạng cạnh tranh không lành mạnh để giành nguồn cung cấp nguyên liệu nắm ăn cho các nhà máy chế biến để đáp ứng khai thác công suất nhà máy và các đơn đặt hàng. Ngoài ra, các cơ sở này phải cạnh tranh với thị trường tiêu thụ nắm tươi nội địa trong thời gian qua như đời sống của nhân dân và trình độ dân trí ngày một tăng lên nhất là vào các dịp lễ hội, đình đám cuối năm.

Trong những năm trở lại đây do áp dụng những thành tựu về khoa học công nghệ ngành hàng nắm ăn đã có bước phát triển cả về quy mô, số lượng và chủng loại nắm. Tuy nhiên, do hội nhập với kinh tế quốc tế các sản phẩm nắm được nhập từ các nước có ngành công nghiệp phát triển đã thâm nhập vào thị trường Việt Nam như Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc và vùng lãnh thổ Đài Loan nên việc thu mua

và chế biến nấm theo sự điều phối của thị trường quốc tế. Do đó, phát triển ngành hàng nấm ăn ở nước ta cần phải có luồng thông tin phản hồi cả chiều thuận và ngược giữa các tác nhân. Qua điều tra, khảo sát tại các địa phương cho thấy các nhà đầu tư, công ty chế biến hợp tác với các cơ sở sản xuất lại ấn định giá thu mua từ đầu vụ triển khai hoặc có hiệp định khung cho cả giai đoạn, nên khi có sự biến động về giá thu mua nguyên liệu ở các nước trong khu vực thì việc điều chỉnh giá thường là chậm và rất ít nên làm ảnh hưởng đến hiệu quả và lợi ích của tác nhân thu gom, sơ chế và nhất là tác nhân trực tiếp sản xuất nấm. Ví dụ, niên vụ nấm mỡ 2010 – 2011, Công ty TNHH sản xuất và chế biến nấm Nam Tiến đã ký hợp đồng liên kết sản xuất với các địa phương miền Bắc để đầu tư ứng vốn cho sản xuất với giá thu mua nấm tươi tại Nhà máy chế biến là 22.000 đồng/kg. Khi đến mùa vụ thu hoạch giá nấm ngoài thị trường dao động từ 25.000 – 30.000 đồng/kg, đồng thời giá nấm tươi trên thị trường quốc tế và đặc biệt là giá nấm tươi tại tỉnh Quảng Đông – Trung Quốc gần với các tỉnh khu vực phía Bắc đã lên đến 28.000 đồng/kg. Tuy nhiên, đơn vị này vẫn chưa điều chỉnh giá thu mua mặc dù đại diện đơn vị ký hợp đồng liên kết đã có những buổi làm việc đề nghị điều chỉnh nhưng phải gần kết thúc vụ nấm mới có thông báo điều chỉnh giá thu mua nấm tươi tại Nhà máy. Do đó, niên vụ 2010 – 2011 Nhà máy không thu mua được đủ số lượng theo đơn đặt hàng và đã làm ảnh hưởng đến kế hoạch chế biến xuất khẩu, đồng thời ảnh hưởng đến lợi ích kinh tế và kế hoạch sản xuất niên vụ tới của các cơ sở sản xuất nấm ăn trong vùng.

### ***3.6.2. Nhóm nhân tố bên ngoài***

#### ***\* Hệ thống cung cấp dịch vụ khoa học kỹ thuật***

Hệ thống cung cấp dịch vụ khoa học kỹ thuật có ảnh hưởng nhiều đến ngành hàng nấm ăn gồm: hệ thống cung cấp giống nấm, vật tư hóa chất chuyên dùng; hệ thống chỉ đạo kỹ thuật.

#### ***a) Hệ thống cung cấp giống nấm***

Chất lượng giống nấm có vai trò đặc biệt quan trọng và quyết định đến 80% tỷ lệ thành công, hiệu quả và thất bại của các cơ sở sản xuất nấm ăn (Đình Xuân Linh và cs., 2012). Đối với nguồn gốc xuất xứ các chủng giống nấm của Việt Nam

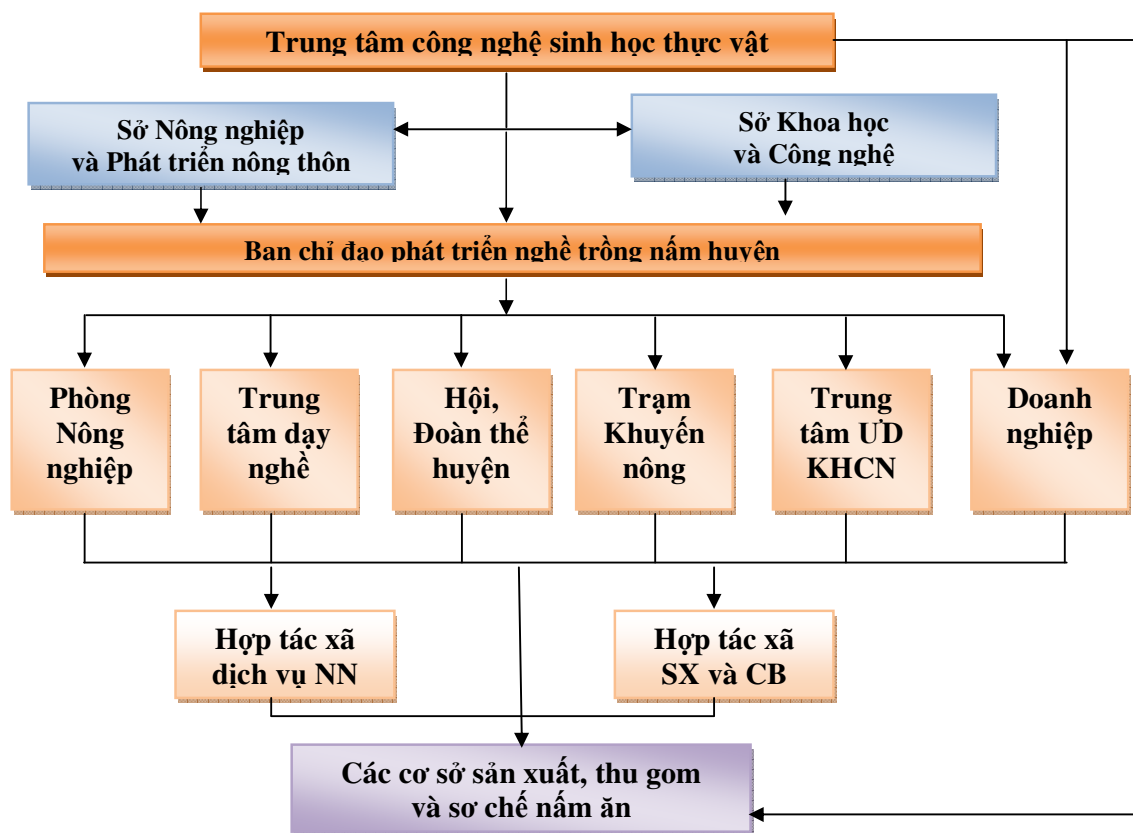
chủ yếu là nhập nội, tuyển chọn và được đánh giá, khảo nghiệm bởi Trung tâm công nghệ sinh học thực vật. Số lượng, cơ cấu, chủng loại và mùa vụ sản xuất các loại nấm đều do đơn vị này quyết định trên cơ sở khảo sát và nhu cầu phát triển của thị trường trong và ngoài nước. Trong thời gian gần đây có một số cơ sở sản xuất theo mô hình doanh nghiệp đã chủ động nhập khẩu một số loại giống nấm về sản xuất nhưng chưa được quản lý, đánh giá, khảo nghiệm theo quy định của Pháp lệnh giống cây trồng hiện hành nên đôi khi đã bị ảnh hưởng, gây thiệt hại trực tiếp đến năng suất và hiệu quả của cơ sở sản xuất đó, đồng thời kéo theo một số cơ sở sản xuất vệ tinh xung quanh khác.

Hiện nay, toàn vùng đồng bằng sông Hồng có 9 đơn vị cung cấp giống nấm và các loại vật tư, hóa chất chuyên dùng phục vụ cho sản xuất nấm nói chung, trong đó giống nấm đạt khoảng 9.100 tấn và 7.000 tấn vật tư, hóa chất chuyên dùng. Tuy nhiên, số lượng giống nấm, vật tư chuyên dùng do Trung tâm công nghệ sinh học thực vật chiếm 80% trên tổng số các đơn vị khác cung ứng cho các địa phương. Cơ chế điều phối và cung ứng đều thông qua một tổ chức ở địa phương như: Phòng nông nghiệp huyện, Trung tâm dạy nghề huyện, Hợp tác xã dịch vụ nông nghiệp, các doanh nghiệp đầu mối, điều này cũng làm ảnh hưởng đến tính mùa vụ và mang nặng tính hành chính, chưa vận hành theo cơ chế thị trường.

#### *b) Hệ thống chỉ đạo kỹ thuật*

Hệ thống chỉ đạo kỹ thuật tại các tỉnh vùng đồng bằng sông Hồng liên kết với nhau tương đối lỏng lẻo chưa hình thành một hệ thống cụ thể, mới chỉ mang tính chất kiêm nhiệm, gắn kết với từng chương trình theo yêu cầu của từng địa phương chưa có tính ổn định. Việc chỉ đạo kỹ thuật thường được các địa phương gắn kết với nhiệm vụ chính trị - xã hội giao cho các đơn vị chức năng làm đầu mối triển khai: Phòng Nông nghiệp, Trung tâm dạy nghề, các Hội, đoàn thể, Doanh nghiệp, Hợp tác xã... Tuy nhiên, mọi hoạt động chuyên môn kỹ thuật đều do Trung tâm công nghệ sinh học thực vật điều phối với hệ thống các cán bộ kỹ thuật của đơn vị phụ trách theo khối tỉnh hoặc huyện tùy thuộc vào mức độ, quy mô phát triển của từng địa phương trên cơ sở các hợp đồng chuyển giao công nghệ hoặc hợp đồng thuê cán bộ chỉ đạo kỹ thuật cho từng năm hoặc từng niên vụ sản xuất nấm. Ngoài ra, theo kết quả khảo sát

tại các địa phương thì hệ thống các tổ chức triển khai nhiệm vụ chỉ đạo kỹ thuật sẽ được hỗ trợ kinh phí từ 250.000 đ – 400.000 đồng/tháng/cán bộ tùy theo nội dung đề án và kinh phí của địa phương mà quyết định về kinh phí, lượng cán bộ tham gia. Hiện nay có một số doanh nghiệp, trang trại quy mô lớn sản xuất bán công nghiệp tại các địa phương đã trực tiếp thuê chuyên gia kỹ thuật của Trung tâm công nghệ sinh học thực vật về chuyển giao cho đơn vị, đồng thời triển khai nhiệm vụ cho các địa phương đó. Chính quyền địa phương xây dựng cơ chế hỗ trợ một phần kinh phí chuyển giao công nghệ, đào tạo đội ngũ cán bộ kỹ thuật của địa phương được lồng ghép vào chương trình này. Đây là mô hình mới được một số địa phương áp dụng như: Doanh nghiệp tư nhân Hương Nam, huyện Yên Khánh, tỉnh Ninh Bình; Công ty trách nhiệm hữu hạn sản xuất và thương mại KINOKO Thanh Cao, Hà Nội; Công ty mây tre đan xuất khẩu Ngọc Động, Hà Nam; Hợp tác xã sản xuất và chế biến nấm Khánh Phú, Yên Khánh, Ninh Bình; Hợp tác xã dịch vụ sản xuất và chế biến nấm Sáng Quảng Thiện, Sóc Sơn, Thành phố Hà Nội ... (Sơ đồ 3.2).



**Sơ đồ 3.2. Hệ thống tổ chức chỉ đạo kỹ thuật**

Tuy nhiên, ngành hàng nấm ăn vẫn chưa được Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đưa vào danh mục các loại cây trồng chính thức để kiểm soát và chỉ đạo theo ngành dọc như các loại cây trồng khác; hệ thống chỉ đạo kỹ thuật tại các địa phương còn kiêm nhiệm, hoạt động chưa thống nhất, thiếu chuyên nghiệp và tùy thuộc vào điều kiện của từng địa phương, đồng thời công tác chỉ đạo sản xuất vẫn mang tính phong trào chưa thật sự là hoạt động kinh tế.

#### *\* Vốn tín dụng và ngân hàng*

Trong thời gian qua, theo báo cáo tổng kết chương trình sản xuất nấm của các địa phương giai đoạn 2005 – 2010, các tác nhân tham gia ngành hàng nấm ăn không sự tác động nhiều của các tổ chức tín dụng, ngân hàng mặc dù các địa phương đã xây dựng phương án và chỉ đạo để các tác nhân tham gia ngành hàng được tiếp cận nguồn vốn, nhất là các cơ sở sản xuất nấm bởi một số nguyên nhân cơ bản sau:

Thứ nhất là nghề mang tính chất đảm bảo an sinh xã hội rất cao và mới được khôi phục phát triển trong thời gian ngắn nên các tổ chức, cá nhân tham gia vào ngành hàng nấm được hưởng rất nhiều ưu đãi từ các cấp chính quyền địa phương như:

- Cung cấp đầy đủ dịch vụ khoa học kỹ thuật gồm: đào tạo nghề tại địa phương, chuyển giao công nghệ và thuê chuyên gia kỹ thuật phối hợp chỉ đạo sản xuất cùng với các tổ chức chính trị - xã hội của địa phương.

- Cơ chế hỗ trợ giá đầu vào cho sản xuất gồm: Giống nấm được trợ giá từ 30 – 50% như huyện Tiên Lãng, Vĩnh Bảo - Thành phố Hải Phòng, huyện Yên Khánh, Yên Mô - tỉnh Ninh Bình, huyện Nghĩa Hưng - tỉnh Nam Định...từ nguồn ngân sách của tỉnh trong quỹ phát triển khoa học công nghệ, tạo việc làm và chương trình khuyến nông. Ngoài ra, một số huyện còn quyết định hỗ trợ phần giá giống còn lại cho các cơ sở sản xuất. Với mức hỗ trợ như ở trên thì đầu vào là giống nấm phục vụ cho sản xuất, các cơ sở không phải thanh toán. Các loại vật tư, hóa chất chuyên dùng được hỗ trợ 30%, số còn lại được Ủy ban nhân dân các cấp đứng ra bảo lãnh cho trả chậm và trừ vào sản phẩm thu hoạch. Hỗ trợ 30 - 50% kinh phí đầu tư mua trang thiết bị và dụng cụ chuyên dùng cho sản xuất nấm, lán trại nhà xưởng từ 2 - 3 triệu đồng/100 m<sup>2</sup>.

- Tạo điều kiện và xây dựng hạ tầng kỹ thuật cho cơ sở sản xuất trung tâm làm mô hình trình diễn cho địa phương, mỗi xã lựa chọn từ 2 – 3 mô hình triển khai thí điểm từ đó gây ảnh hưởng cho các hộ gia đình và cơ sở sản xuất năm ăn khác trên địa bàn.

Thứ hai là các doanh nghiệp thu mua, chế biến nắm đã trực tiếp hợp tác với các cơ sở sản xuất để đầu tư ứng vốn cho sản xuất tạo vùng nguyên liệu ổn định cho nhà máy chế biến như: Công ty TNHH sản xuất và chế biến nắm Nam Tiến, Công ty cổ phần chế biến thực phẩm Đồng Giao, Công ty TNHH Vạn Đắc Phúc và một số đơn vị chế biến nông sản khác cũng tham gia vào đầu tư, hợp tác sản xuất nắm tạo vùng nguyên liệu bền vững cho chế biến.

Từ năm 2010 trở lại đây việc đầu tư hỗ trợ của các địa phương đã giảm dần, nên các cơ sở sản xuất đã từng bước tiếp cận với nguồn tài chính từ các tổ chức tín dụng ngân hàng. Tuy nhiên, qua điều tra khảo sát cho thấy có tới trên 90% số cơ sở sản xuất có nhu cầu vay vốn để phát triển sản xuất nắm và mở rộng quy mô đầu tư nhưng việc tiếp cận các nguồn vốn vay gặp phải không ít những khó khăn, trở ngại như: i) Hạn mức cho vay thấp, tối đa không vượt quá 50 triệu đồng đối với tín chấp; ii) Lãi suất vẫn còn cao (trên 1%/tháng), chưa tiếp cận được nguồn vốn ưu đãi hỗ trợ sản xuất; iii) Thủ tục rườm rà đối với hạn mức cho vay trên 50 triệu và nhiều khoản chi phí trung gian và vô hình cho các khoản vay; iv) Thời gian ngắn cho vay ngắn (6 đến 12 tháng) không phù hợp mùa vụ của sản xuất nắm ăn. v) Đối với các trang trại và doanh nghiệp có mức vay để đầu tư quy mô lớn từ 500 triệu trở lên thì rất khó vì phải có tài sản thế chấp. Điều này cùng làm ảnh hưởng đến các cơ sở sản xuất chậm đổi mới công nghệ, đầu tư cơ giới hóa, sản phẩm chưa đáp ứng được nhu cầu của thị trường.

#### *\* Về cơ chế chính sách*

Một số cơ chế, chính sách cơ bản có liên quan đến ngành hàng nắm ăn bao gồm: Chính sách đầu tư khoa học công nghệ và đào tạo; Chính sách hỗ trợ vốn, tín dụng; Chính sách đất đai; Chính sách thị trường và tiêu thụ sản phẩm; Ưu đãi về thuế và với rất nhiều văn bản pháp quy khác. Những chính sách này đều có tác động



đến các tác nhân trong ngành hàng năm ăn ở mức độ nhiều ít khác nhau. Tuy nhiên, xét ở góc độ các văn bản pháp quy được ban hành tại các địa phương, phần nhiều đang tập trung cho tác nhân sản xuất (các cơ sở trực tiếp sản xuất năm ăn), các tác nhân khác (thu gom, sơ chế và tiêu thụ) có một số văn bản tác động trực tiếp nhưng số lượng không nhiều.

Hiện nay, theo thống kê ngành hàng năm ăn của Việt Nam nói chung và vùng đồng bằng sông Hồng đã và đang vận dụng thực hiện một số văn bản có tác động trực tiếp hay gián tiếp bao gồm: i) Quyết định 2194/2010/QĐ-TTg ngày 25/12/2009 về phê duyệt đề án phát triển giống cây nông, lâm nghiệp, giống vật nuôi và giống thủy sản đến năm 2020 (gọi tắt là Chương trình giống). Trong đó năm ăn được coi là loại cây trồng tham gia Chương trình và các căn cứ vào tình hình thực tiễn tại địa phương để phê duyệt các chương trình đầu tư, hỗ trợ. Hiện nay, theo báo cáo của Cục Trồng trọt (2011) vùng đồng bằng sông Hồng hiện có 2/11 tỉnh đã phê duyệt dự án đầu tư (Bắc Giang, Hà Nam), còn lại đang trong quá trình nghiên cứu soạn thảo đó là các tỉnh Hưng Yên, Nam Định, Hải Phòng, Quảng Ninh và Ninh Bình. ii) Quyết định 1956/QĐ-TTg ngày 27/11/2009 phê duyệt đề án về Đào tạo nghề cho lao động nông thôn đến năm 2020. Hiện nay, nghề sản xuất năm ăn được các địa phương tăng cường đào tạo thông qua các Trung tâm dạy nghề cấp huyện, tuy nhiên các đơn vị này không có chuyên môn về nghiên cứu và ứng dụng sản xuất năm ăn, do đó vẫn phải phụ thuộc vào đội ngũ giảng viên và cán bộ kỹ thuật của Trung tâm Công nghệ sinh học thực vật – Viện Di truyền nông nghiệp. iii) Quyết định 439/QĐ-TTg ngày 16/4/2012 phê duyệt danh mục sản phẩm quốc gia thực hiện từ năm 2012, đến nay giữa hai Bộ Khoa học & Công nghệ, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã hiệp thương và phê duyệt đề án khung tại quyết định số 2690/QĐ-BNN-KHCN ngày 12/11/2013 nhưng vẫn chưa triển khai được nhiệm vụ khoa học công nghệ nào. Ngoài ra, đề án “Phát triển năm ăn đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030” do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn chủ trì xin ý kiến các Bộ, Ngành vẫn chưa được phê duyệt thực hiện. iv) Quyết định số

80/2002/QĐ-TTg ngày 24/6/2002 về chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản hàng hóa thông qua hợp đồng đã có những hạn chế và bất cập nên đã được thay thế bằng quyết định số 62/2013/QĐ-TTg ngày 25/10/2013 về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng mẫu lớn có hiệu lực từ ngày 10/12/2013 nhưng vẫn chưa có văn bản chi tiết hướng dẫn thi hành. v) Nghị định số 61/2010/NĐ-CP ngày 4/6/2010 về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp nhưng vẫn chưa thúc đẩy mạnh và thu hút được doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực này nhất là các doanh nghiệp có vốn nước ngoài. Nghị định này được thay thế bởi Nghị định số 210/2013/NĐ-CP ngày 19/12/2013 về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn có hiệu lực kể từ ngày 10/2/2014, trong đó cụ thể các danh mục đặc biệt ưu đãi đầu tư trong nông nghiệp và nông thôn. Tuy nhiên, cần phải sớm có thông tư và các văn bản hướng dẫn chi tiết thi hành nghị định này.

Tóm lại, trong giai đoạn hiện nay hầu hết chưa có một chính sách cụ thể, bao trùm nào có tác động hỗ trợ thúc đẩy toàn bộ ngành hàng nấm ăn ở Việt Nam nói chung và vùng đồng bằng sông Hồng nói riêng. Các cơ chế, chính sách đang triển khai thực hiện đều do từng địa phương vận dụng, xây dựng phù hợp với điều kiện, đặc thù của từng địa phương và chưa có sự thống nhất chung.

### **TÓM TẮT CHƯƠNG 3**

Ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng trong thời gian qua không ngừng phát triển về quy mô và số lượng, đồng thời cũng từng bước hoàn thiện về cơ cấu chủng loại, mùa vụ và mối quan hệ giữa các tác nhân tham gia ngành hàng. Đối với sản lượng nấm ngày một tăng, đạt 105.000 tấn năm 2011 chiếm gần 40% tổng sản lượng của cả nước, chủng loại đa dạng và phong phú hơn nhiều với 16 loại tham gia vào thị trường tiêu thụ.

Có nhiều tác nhân tham gia trong ngành hàng nấm ăn, trong đó tác nhân trực tiếp sản xuất và tiêu dùng có số lượng đông đảo nhất. Tuy nhiên, tác nhân sản xuất

nắm lại chịu nhiều rủi ro và hạn chế nhất mặc dù tạo ra giá trị lớn nhất. Việc tạo ra VA và phân phối thu nhập thực tế giữa các tác nhân chưa được hợp lý, tác nhân thu gom, phân phối bán buôn và tác nhân bán lẻ thu được lợi ích cao hơn so với các tác nhân khác. Qua phân tích kết quả và hiệu quả kinh tế cho thấy, cơ sở sản xuất trực tiếp nắm đang thiết hơn so với các tác nhân khác vì chịu ảnh hưởng biến động của các yếu tố đầu vào cho sản xuất nắm và điều kiện thiên nhiên do sản xuất thủ công, manh mún chưa có quy hoạch tổng thể và chuyên môn hóa trong từng khâu sản xuất. Liên kết giữa các tác nhân tham gia ngành hàng chưa thật chặt chẽ, chỉ mang tính hình thức làm ảnh hưởng đến hoạt động của các tác nhân và giảm sức hấp dẫn đối với các nhà đầu tư. Có rất nhiều nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động của các tác nhân trong ngành hàng nắm ăn, trong đó yếu tố dịch vụ khoa học kỹ thuật, giống nắm đóng vai trò quan trọng và quyết định đến việc mở rộng quy mô, cơ cấu chủng loại nắm ăn đối với tác nhân sản xuất. Đồng thời ảnh hưởng gián tiếp đến các tác nhân khác như thu gom, sơ chế, chế biến và tác nhân bán lẻ bởi sẽ có tác động đến người tiêu dùng cho từng chủng loại sản phẩm nắm ăn trên cơ sở kênh thông tin phản hồi.

Đối với cơ chế chính sách trong thời gian thực hiện đề tài vẫn còn là rào cản cho phát triển ngành hàng nhất là đối với vốn tín dụng ngân hàng với các thủ tục rườm rà và cơ chế hạn mức cho vay. Riêng đối với chính sách thu hút đầu tư theo Nghị định số 61/2010/NĐ-CP ngày 4/6/2010 vẫn chưa phát huy hiệu quả nhất là đối với ngành hàng nắm ăn; Nghị định số 210/2013/NĐ-CP đã được ban hành thay thế và có hiệu từ ngày 10/2/2014 nhưng vẫn chưa có văn bản chi tiết hướng dẫn thi hành. Ngoài ra, để các cơ chế chính sách phát huy tác dụng đến với từng tác nhân tham gia trong ngành hàng cần phải có thời gian vận hành nhất định.

**Chương 4**  
**ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN**  
**NGÀNH HÀNG NĂM ĂN VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG HỒNG**

**4.1. Căn cứ đề xuất định hướng và giải pháp**

**4.1.1. Tiềm năng phát triển ngành hàng năm ăn**

Việt Nam là một trong những nước có nhiều tiềm năng để phát triển sản xuất năm ăn trở thành một ngành mạnh trong tỷ trọng giá trị sản xuất toàn ngành nông nghiệp. Trong đó, đồng bằng sông Hồng là một trong hai vùng trọng điểm phát triển nông nghiệp của cả nước. Điều này được thể hiện trên mấy phương diện của đặc thù sản xuất nông nghiệp nói chung và ngành sản xuất năm nói riêng như sau:

Một là, nước có khí hậu nhiệt đới gió mùa, nóng ẩm quanh năm với bốn mùa được phân bố đều trong năm. Đây chính là điều kiện thời tiết, khí hậu thuận lợi cho phát triển năm ăn đối với các nước chưa có điều kiện cơ giới hóa, mọi hoạt động sản xuất đều phải phụ thuộc vào thời tiết chưa làm chủ và điều tiết được các yếu tố ngoại cảnh tác động thông qua thiết bị máy móc. Riêng đối với vùng đồng bằng sông Hồng điều kiện tự nhiên được thể hiện rất rõ so với các vùng khác trong cả nước.

Hai là, nguồn nguyên liệu sản xuất năm rất sẵn có như: rơm rạ, mùn cưa, thân cây gỗ, thân lõi ngô, bông phé loại ở các nhà máy dệt, bã mía ở các nhà máy đường. Theo báo cáo của Cục Trồng trọt – Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tại “Hội nghị đánh giá thực trạng phát triển nghề năm khu vực phía Bắc” ngày 22/9/2011 thì cả nước ước tính có khoảng 40 triệu tấn nguyên liệu nói trên, chỉ cần sử dụng khoảng 10-15% số nguyên liệu này sản xuất năm đã tạo ra trên 1 triệu tấn năm/năm và hàng 100 ngàn tấn phân hữu cơ/năm. Riêng đối với vùng đồng bằng sông Hồng trữ lượng nguyên liệu chiếm khoảng 60% sản lượng toàn miền Bắc ước tính gần 15 triệu tấn (Cục Trồng trọt, 2011).

Ba là, theo thống kê hiện nay lực lượng lao động của nước ở các vùng nông thôn chiếm tới hơn 75% dân số và đang dư thừa hàng triệu lao động với giá nhân công rẻ, nhất là thời điểm nông nhàn (Tổng cục Thống kê, 2010).

Bốn là, vấn đề khoa học và công nghệ trong những năm gần đây đã có những chú trọng và bước đầu tiến bộ hơn. Nhiều đơn vị nghiên cứu như Viện, Trường, Trung tâm đã chọn tạo được một số loại giống nấm ăn, nấm dược liệu có khả năng thích ứng với điều kiện môi trường ở Việt Nam, cho năng suất khá, chất lượng tốt. Các tiến bộ kỹ thuật về nuôi trồng, chăm sóc, bảo quản, chế biến nấm ngày càng được hoàn thiện, năng suất trung bình các loại nấm ăn đang nuôi trồng hiện nay cao gấp 1,5 - 2 lần so với 10 năm về trước. Kinh nghiệm sản xuất nấm của người các cơ sở và nông hộ từng bước được nâng cao (Nguyễn Hữu Đông và cs., 2010).

Năm là, sự hỗ trợ của Nhà nước về phát triển ngành nghề, đặc biệt là cơ chế chính sách thúc đẩy, tạo mối liên kết giữa nhà khoa học, cơ quan quản lý, doanh nghiệp và nhà nông hay thường được gọi là liên kết “4 nhà” trong quá trình tổ chức sản xuất nấm ăn đã được chú trọng. Đây cũng chính là những giải pháp quan trọng nhằm đưa ngành sản xuất nấm của nước ta hội nhập sâu rộng với nền kinh tế quốc tế, nhất là khi Việt Nam đã tham gia toàn diện vào Tổ chức thương quốc tế (WTO).

Sáu là, thị trường tiêu thụ các loại nấm ăn ngày càng mở rộng, giá bán nấm tươi ở các tỉnh, thành phố lớn như: Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh cao gấp 2-3 lần giá thành sản xuất. Theo khảo sát thực tế tại các đầu mối phân phối nấm thì riêng Thành phố Hà Nội trung bình mỗi ngày tiêu thụ khoảng 40 tấn nấm tươi các loại. Nhu cầu ăn nấm của nhân dân trong nước ngày càng tăng do nhiều người đã hiểu được giá trị dinh dưỡng và làm thuốc của nấm. Trong tình hình giá cả các loại thực phẩm thông dụng hiện nay như thịt, cá, rau có biến động tăng vọt thì nấm ăn là nguồn thực phẩm càng được người tiêu dùng chú trọng. Thị trường xuất khẩu nấm mỡ, nấm rơm, muối, sấy khô, đóng hộp của Việt Nam ra nước ngoài, có thể nói chúng ta chưa đáp ứng đủ. Nếu chúng ta sản xuất được 1 triệu tấn nấm mỡ, nấm rơm để chế biến xuất khẩu/năm thì riêng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này đã đạt trên 1 tỷ USD/năm, mang lại nguồn thu lớn cho đất nước mà không phải bỏ 1 đồng ngoại tệ nào để nhập khẩu nguyên liệu, thiết bị như các ngành sản xuất, xuất khẩu khác (Cục Trồng trọt, 2011).

#### **4.1.2. Phân tích điểm mạnh, yếu, cơ hội và thách thức**

Từ những kết quả đánh giá và phân tích thực trạng ngành nấm ăn những năm qua của vùng đồng bằng sông Hồng, đồng thời kết hợp với tham khảo ý kiến chuyên gia và các đối tượng điều tra (Bảng 4.1).

##### **4.1.2.1. Điểm mạnh (S- Strengths)**

- Điều kiện tự nhiên, vị trí địa lí thuận lợi: Có điều kiện thời tiết, khí hậu thuận lợi cho phát triển sản xuất nấm ăn với nhiệt đới gió mùa, nóng ẩm quanh năm có thể bố trí mùa vụ sản xuất nấm ăn khép kín trong năm. Ngoài ra, với vị trí địa lí thuận lợi nằm ở giữa tam giác kinh tế trọng điểm khu vực phía Bắc với Hà Nội – Hải Phòng – Quảng Ninh kết nối với tuyến đường xuyên á được tập trung đầu tư phát triển tạo động lực phát triển cho toàn vùng, miền.

- Hầu hết các địa phương đều đã có kinh nghiệm trong việc tổ chức sản xuất, thu gom và tiêu thụ nấm ăn là tiền đề cho ngành hàng nấm ăn phát triển sớm và có vị thế hơn so với các vùng khác trong cả nước.

- Nguyên vật liệu đầu vào cho sản xuất nấm ăn rất đa dạng và phong phú như: trấu lượng rom rạ khoảng 15 triệu tấn; bông phế loại của các nhà máy dệt truyền thống và mới hình thành; bã mía; sản phẩm nông nghiệp làm phụ gia (thóc, ngô, que sắn..); giống nấm phục vụ cho sản xuất kịp thời và ổn định theo mùa vụ sản xuất.... Ngoài ra, vùng đồng bằng sông Hồng là nơi trung điểm của việc kết nối các nguồn nguyên liệu chính phục vụ sản xuất nấm cho các địa phương toàn bộ miền Bắc (Cục Trồng trọt, 2011).

- Dịch vụ khoa học kỹ thuật thuận lợi hơn các vùng khác bởi hội tụ đầy đủ các cơ quan nghiên cứu khoa học ở Trung ương với hệ thống các Viện nghiên cứu và Trường đại học được tập trung chiếm gần 80% so với cả nước đã tạo ra một đội ngũ các nhà khoa học và giảng viên chuyên môn sâu trong lĩnh vực nấm ăn. Toàn vùng có 2 đơn vị nghiên cứu chuyên sâu về nấm và hệ thống các Trung tâm ứng dụng khoa học công nghệ của các tỉnh.

- Cơ sở hạ tầng kỹ thuật tương đối đồng bộ và từng bước được đầu tư, nâng cấp đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội của toàn vùng như: hệ thống giao thông, cảng biển, cảng hàng không, đường sắt...

- Mặt bằng dân trí tương đối cao và đồng đều, trình độ thâm canh trong nông nghiệp được nâng cao do tiếp cận với khoa học và công nghệ mới nhiều hơn. Đồng thời kết hợp với tốc độ tăng trưởng kinh tế cao dẫn đến đời sống của đại bộ phận nhân dân trong vùng từng bước được cải thiện.

#### *4.1.3.2. Điểm yếu (W - Weaknesses)*

- Quy mô sản xuất còn nhỏ lẻ và manh mún chưa tạo ra thị trường hàng hóa ổn định phục vụ cho công tác thu mua chế biến nên việc áp dụng công nghệ mới vào sản xuất còn nhiều hạn chế, đặc biệt là cơ giới hóa các khâu trong sản xuất. Từ đó năng suất lao động không cao, chi phí nhân công cho sản xuất lớn và không mang tính chuyên môn hóa. Theo kết quả điều tra khảo sát cho thấy: i) Tỷ lệ cơ sở sản xuất nhỏ lẻ mang tính tận dụng (< 1 tấn nguyên liệu/năm) chiếm hơn 17% trong tổng số các cơ sở sản xuất của toàn vùng (1.014 / 5.804 cơ sở); ii) Tỷ lệ cơ sở sản xuất kiêm nhiệm chưa có sự đầu tư cơ bản chiếm 24,9% (1.429 / 5.804 cơ sở). Do vậy, việc cung cấp các dịch vụ đầu và khoa học kỹ thuật sẽ gặp rất nhiều khó khăn, từ đó giá thành sản phẩm tăng cao do chưa phát huy hết được hiệu suất sử dụng nguyên liệu. Đồng thời sẽ khó tiếp cận được với thị trường tiêu thụ sản phẩm nắm hàng hóa với những giá trị gia tăng từ sản phẩm nắm cao hơn mà mới chỉ dừng lại ở việc sấy khô và muối khi không tiêu thụ tươi hết.

- Thiếu quy hoạch hay nói cách khác là ngành hàng nắm ăn vùng đồng bằng sông Hồng chưa có một quy hoạch tổng thể nào kể từ trước đến nay. Do đó đã có tình trạng nhiều địa phương không phát huy được lợi thế của mình, bỏ qua những cơ hội phát triển mà chạy theo lợi ích trước mắt. Ví dụ như địa phương có nguồn nguyên liệu rơm rạ dồi dào nhưng không sản xuất các loại nắm sử dụng rơm rạ mà phải mua nguyên liệu khác như bông phé loại, mùn cưa, bã mía, thân lõi ngô về sản xuất các loại nắm khác.

- Sự liên kết giữa các tác nhân còn lỏng lẻo và trong từng tác nhân mức độ hợp tác với nhau cùng phát triển cũng còn ở mức hạn chế. Đôi khi còn có hiện tượng tranh chấp trong cùng tác nhân như các hộ thu gom, cơ sở chế biến nắm và thị trường nội tiêu của địa phương dẫn đến tình trạng “tranh mua, tranh bán”... Các

tác nhân ít có ràng buộc với nhau thông qua hình thức hợp đồng, trên thực tế chia sẻ khó khăn, bất lợi cho nhau là rất ít.

- Hiện nay, giống nấm chưa đưa vào hệ thống giống cây trồng bắt buộc áp dụng Pháp lệnh giống cây trồng theo quy định của Nhà nước. Đồng thời, việc tổ chức sản xuất nấm ăn chưa có sự thống nhất từ Trung ương đến các địa phương theo một hệ thống ngành nông nghiệp như các loại cây trồng khác, việc sản xuất hoàn toàn do các địa phương chỉ đạo. Ngoài ra, công tác kiểm soát chất lượng sản phẩm chưa được chú trọng như công bố tiêu chuẩn, thực hành nông nghiệp tốt (VietGap). Đặc biệt là vấn đề kiểm soát chất lượng sản phẩm các loại sản phẩm nấm nhập khẩu chưa có sự phối hợp chặt chẽ giữa cơ quan quản lý với các nhà khoa học.

**Bảng 4.1. Tổng hợp SWOT ngành hàng nấm ăn**

<b><u>ĐIỂM MẠNH (S- STRENGTHS)</u></b>	<b><u>ĐIỂM YẾU (W-WEAKNESSES)</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Điều kiện tự nhiên, vị trí địa lý thuận lợi</li> <li>+ Có truyền thống và kinh nghiệm sản xuất, chế biến và tiêu thụ các sản phẩm nấm ăn</li> <li>+ Nguyên liệu đầu vào cho sản xuất nấm</li> <li>+ Dịch vụ KHCN phát triển</li> <li>+ Cơ sở hạ tầng kỹ thuật của vùng thuận lợi</li> <li>+ Mật bằng dân trí và thị trường tiêu thụ tốt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Quy mô sản xuất còn nhỏ, manh mún</li> <li>+ Thiếu quy hoạch toàn vùng</li> <li>+ Các tác nhân liên kết chưa chặt chẽ</li> <li>+ Công nghệ sản xuất, bảo quản và chế biến còn thủ công</li> <li>+ Quản lý nhà nước về giống nấm, chất lượng sản phẩm chưa được quan tâm</li> </ul>
<b><u>CƠ HỘI (O- OPPORTUNITIES)</u></b>	<b><u>THÁCH THỨC (T- THREATS)</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Có định hướng của Nhà nước và các địa về phát triển ngành hàng nấm ăn</li> <li>+ Thị trường tiêu thụ rộng mở</li> <li>+ Nhiều tiến bộ kỹ thuật trong sản xuất, chế biến nấm được áp dụng</li> <li>+ Hội nhập kinh tế quốc tế</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Đô thị hóa diễn ra mạnh mẽ</li> <li>+ Ảnh hưởng của biến đổi khí hậu toàn cầu</li> <li>+ Hội nhập kinh tế quốc tế</li> <li>+ Khó đáp ứng được các hợp đồng lớn để xuất khẩu.</li> <li>+ Cạnh tranh của các ngành hàng khác</li> </ul>



#### *4.1.3.3. Cơ hội (O - Opportunities)*

- Chính phủ là lựa chọn năm ăn là sản phẩm Quốc gia được ưu tiên đầu tư tại quyết định số 439/QĐ-TTg ngày 16/4/2012. Bộ Khoa học và Công nghệ xây dựng chương trình ứng dụng khoa học công nghệ cao, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã xây dựng đề án khung sản phẩm quốc gia đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2025 và đề án khung nghiên cứu. Các địa phương đã từng bước xây dựng kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội lấy việc phát triển sản xuất năm ăn gắn với giải quyết việc làm, chuyển dịch cơ cấu cây trồng trong điều kiện tốc độ đô thị hóa tăng nhanh như Ninh Bình, Hải Phòng, Hà Nam, Bắc Giang...

- Trong những năm gần đây, nhu cầu tiêu dùng năm không ngừng gia tăng do đời sống xã hội ngày càng được cải thiện, đồng thời vấn đề đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm ngày một nâng lên, đặc biệt những thành phố lớn như Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh... Ngoài ra, khi Việt Nam tham gia và hội nhập đầy đủ vào WTO, thị trường xuất khẩu các mặt hàng năm ăn cũng được mở rộng và đa dạng hóa nguồn cầu. Theo Trung tâm thương mại thế giới (ITC) tổng nhu cầu nhập khẩu năm tươi và năm chế biến của thế giới trong giai đoạn tới là 2,5 triệu tấn với trị giá khoảng 4,5 tỷ USD, trong đó năm tươi các loại chiếm khoảng 50,3 %, năm chế biến ăn liền chiếm 44,3%, năm khô các loại chiếm khoảng 5,3%. Giá năm rom xuất khẩu ở cả 2 dạng muối và đóng hộp nhìn chung tương đối ổn định, ít biến động và có xu hướng tăng. (Tổng công ty rau quả và nông sản, 2011).

- Hiện nay có thể tiếp cận các tiến bộ về giống năm mới, quy trình công nghệ tiên tiến bảo đảm mang lại năng suất - hiệu quả kinh tế cao, rất phù hợp với sản xuất năm ăn quy mô trang trại (Đình Xuân Linh và cs., 2012).

#### *4.1.3.4 Thách thức (T - Threats)*

- Quá trình đô thị hóa diễn ra mạnh mẽ ở nhiều địa phương đã có những tác động không nhỏ đến các ngành hàng nông sản, trong đó có ngành hàng năm ăn. Quá trình này có ảnh hưởng chi phối đến ngành hàng trên nhiều góc độ: nguồn nhân lực, vốn đầu tư, đất đai, giá nhân công...Đặc biệt, quỹ đất để phát triển sản xuất theo quy mô trang trại, tập trung cũng bị ảnh hưởng. Xu hướng này sẽ còn tiếp

tục trong thời gian tới do một phần đất nông nghiệp chuyển sang phục vụ phát triển công nghiệp, làm đường và xây dựng cơ bản.

- Các ngành nghề khác chi phối ngành hàng nấm ăn ở góc độ phân tán nguồn lực như đất đai, tiền vốn, lao động, điều này đặc biệt ảnh hưởng đến những thành viên mới có ý định tham gia ngành hàng. Đây là những thành viên có tiềm lực kinh tế và nhân lực, nếu tham gia vào ngành hàng ở một tác nhân nào đó sẽ là nhân tố tích cực góp phần vào sự phát triển.

- Ảnh hưởng của biến đổi khí hậu toàn cầu như trái đất ấm lên, thời tiết thay đổi không theo quy luật, nước biển dâng. Do đó việc các nhà khoa học và các hộ sản xuất phải nhanh chóng thích ứng với việc thay đổi đó bằng cách đưa ra những giống mới có khả năng chống chịu với điều kiện thời tiết thay đổi, thay đổi mùa vụ sản xuất trong cơ cấu chủng loại nấm.

- Hàng rào thuế quan sau khi gia nhập WTO sẽ từng bước được cắt giảm theo lộ trình đối với các mặt hàng nông sản nói chung và ngành nấm nói riêng từ 5% xuống 0% vào năm 2015. Ngoài ra, các chính sách trợ giá đầu vào sản xuất nông nghiệp và hoàn thuế giá trị gia tăng xuất khẩu cũng phải xóa bỏ.

- Trong những năm gần đây, vùng đồng bằng sông Hồng sản xuất nấm chủ yếu phục vụ nhu cầu tiêu dùng nội địa và sản xuất manh mún nên rất khó đáp ứng được nhu cầu xuất khẩu với những đơn hàng quy mô lớn. Đồng thời, chất lượng, chủng loại nấm chưa ổn định cũng là những cản trở trong việc thực hiện mục tiêu này trong thời gian sắp tới.

#### *4.1.3.5 Kết hợp điểm mạnh - thách thức, cơ hội - điểm yếu*

Từ các điểm mạnh, yếu, cơ hội và thách thức của ngành hàng nấm ăn được phân tích ở trên, chúng tôi đã kết hợp điểm mạnh với thách thức, điểm yếu với cơ hội nhằm tìm ra một số giải pháp phù hợp cho phát triển bền vững. Từ đó đề xuất, khuyến nghị làm cho cơ sở để các địa phương xây dựng chiến lược phát triển ngành hàng nấm ăn nhằm phát huy điểm mạnh để vượt qua thách thức, nắm bắt cơ hội để khắc phục điểm yếu. Tuy nhiên, chúng tôi chỉ lựa chọn những yếu tố chính để kết hợp làm cơ sở đề xuất các giải pháp (Bảng 4.2).

**Bảng 4.2. Kết hợp điểm mạnh - thách thức, điểm yếu - cơ hội  
đề xuất giải pháp phát triển ổn định ngành hàng nấm ăn**

<b>SWOT</b>	<b>S</b> S <sub>1</sub> : Điều kiện tự nhiên, vị trí địa lý S <sub>2</sub> : Truyền thống và kinh nghiệm tổ chức sản xuất nấm ăn S <sub>3</sub> : Nguyên liệu đầu vào S <sub>4</sub> : Cơ sở hạ tầng kỹ thuật của vùng thuận lợi S <sub>5</sub> : Mật bằng dân trí và thị trường tiêu thụ tốt	<b>W</b> W <sub>1</sub> : Quy mô sản xuất và chế biến còn nhỏ, manh mún W <sub>2</sub> : Thiếu quy hoạch toàn vùng W <sub>3</sub> : Các tác nhân liên kết chưa chặt chẽ W <sub>4</sub> : Công nghệ sản xuất, bảo quản và chế biến còn thủ công W <sub>5</sub> : Công tác quản lý nhà nước hạn chế
<b>O</b> O <sub>1</sub> : Có định hướng của Nhà nước phát triển ngành hàng nấm ăn O <sub>2</sub> : Thị trường tiêu thụ rộng mở O <sub>3</sub> : Có tiến bộ kỹ thuật mới O <sub>4</sub> : Hội nhập KT quốc tế	<b>KẾT HỢP SO</b> S <sub>1,4</sub> O <sub>1</sub> : Công tác quy hoạch S <sub>2,3</sub> O <sub>2</sub> : Tăng cường liên kết các tác nhân tham gia ngành hàng nấm ăn S <sub>3,4</sub> O <sub>3,4</sub> : Áp dụng KHCN trong sản xuất, tiêu thụ và chế biến nấm ăn	<b>KẾT HỢP WO</b> W <sub>1</sub> O <sub>1</sub> : Quy hoạch sản xuất và chế biến nấm ăn W <sub>3</sub> O <sub>1</sub> : Tăng cường liên kết giữa các tác nhân W <sub>4</sub> O <sub>3</sub> : Đổi mới KHCN sản xuất và chế biến nấm
<b>T</b> T <sub>1</sub> : Đô thị hóa, đất nông nghiệp giảm T <sub>2</sub> : Biến đổi khí hậu toàn cầu T <sub>3</sub> : Hàng rào thuế quan khi tham gia WTO T <sub>4</sub> : Công tác kiểm soát VSATTP T <sub>5</sub> : Khó đáp ứng được các hợp đồng lớn để xuất khẩu.	<b>KẾT HỢP ST</b> S <sub>1</sub> T <sub>2</sub> : Công tác quy hoạch phát triển sản xuất S <sub>2</sub> T <sub>1,2</sub> : Tăng cường liên kết, phòng chống rủi ro S <sub>5</sub> T <sub>3,4,5</sub> : Thành lập Hiệp hội nấm	<b>KẾT HỢP WT</b> W <sub>3</sub> T <sub>2</sub> : Tăng cường năng lực cho các tác nhân W <sub>4</sub> T <sub>4</sub> : Xây dựng các mô hình liên kết sản xuất, chế biến nấm ăn. W <sub>5</sub> T <sub>5</sub> : Tăng cường vai trò quản lý nhà nước về chỉ đạo sản xuất, chế biến và tiêu thụ nấm

\* *Phát huy điểm mạnh, vượt qua thách thức: nếu phát huy được các điểm mạnh vốn có của ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng như vị trí địa lý, điều kiện tự nhiên, nguồn lực phát triển và lợi thế so sánh thì ngành hàng có thể*

vượt qua những thách thức mà ngành hàng phải đối mặt. Ví dụ như muốn phát triển ngành hàng cả về quy mô, sản lượng và từng bước hoàn thiện về cơ cấu, chúng loại đáp ứng được nhu cầu của thị trường tiêu thụ trong khi phải đối mặt với tốc độ đô thị hóa cao, ảnh hưởng của biến đổi khí hậu toàn cầu thì phải nhanh chóng hoàn thiện công tác quy hoạch phát triển sản xuất nhằm phát huy lợi thế so sánh của các địa phương; đồng thời tăng cường liên kết giữa các tác nhân tham gia trong ngành hàng góp phần giảm bớt rủi ro và nâng cao hiệu quả của tác nhân sản xuất. Đẩy nhanh việc ứng dụng khoa học công nghệ mới vào sản xuất, thu gom, chế biến nhằm nâng cao hiệu suất sử dụng nguyên liệu, giảm giá thành sản phẩm tạo ra giá trị gia tăng cao hơn để thu hút được sự quan, đầu tư của các nguồn lực khác vào ngành hàng này. Đặc biệt là việc thu hút nguồn lực tài chính, khoa học công nghệ của các nhà đầu tư nước ngoài vào phát triển sản xuất nắm theo quy mô công nghiệp, sử dụng ít diện tích, tiết kiệm nguyên liệu nhưng lại cho sản lượng lớn, giá thành hạ và chất lượng ổn định phục vụ nhu cầu nội tiêu và xuất khẩu góp phần vượt qua những thách thức mà ngành hàng phải đối mặt trong thời gian tới.

*\* Nắm bắt cơ hội, khắc phục điểm yếu:* các cơ hội đối với phát triển ngành hàng nắm ăn là rất lớn. Đặc biệt là vấn đề thị trường tiêu thụ hàng nông sản trong đó có sản phẩm nắm từ khi Việt Nam gia nhập WTO và trong quá trình đàm phán Hiệp định thương mại tự do với mức thuế xuất bằng 0%; từ đó mọi chi phí cho sản xuất giảm, dẫn đến giá thu mua nắm tươi cho chế biến tăng lên và làm tăng là cơ hội để các tác nhân thu được lợi ích giúp cho khắc phục được những điểm yếu của ngành hàng như vấn đề liên kết, phối hợp giữa các tác nhân. Hiện nay, theo Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam các mặt hàng nông sản, trong đó có sản phẩm nắm đang được ân hạn hậu gia nhập WTO khi tham gia vào thị trường Hoa Kỳ; điều này giá trị khi chúng ta tận dụng để xây dựng thương hiệu nắm Việt tạo tiền đề cho việc thâm nhập các thị trường khác. Ngoài ra, nắm bắt được các cơ hội để chúng ta có những chính sách phù hợp thúc đẩy phát triển sản xuất, thu hút các nguồn lực đầu tư, khoa học công nghệ từ các nước phát triển. Nhìn chung tiềm năng và cơ hội phát triển ngành hàng nắm ăn của Việt Nam nói chung và vùng

đồng bằng sông Hồng nói riêng là rất lớn, nếu chúng ta biết khai thác một cách hợp lý và phát huy lợi thế sẽ mang lại kết quả và hiệu quả cao góp phần nâng cao tỷ trọng ngành nông nghiệp trong cơ cấu kinh tế.

#### ***4.1.3. Chủ trương phát triển ngành hàng năm ăn của Nhà nước***

Trong những năm qua Đảng và Nhà nước đã có rất nhiều Nghị quyết chuyên đề, văn bản hướng dẫn chỉ đạo phát triển nông nghiệp. Trước tiên là Ban bí thư Trung ương Đảng đã thực hiện thí điểm xây dựng nông thôn mới theo tinh thần Nghị quyết Trung ương 7 khóa X và đã chọn việc phát triển sản xuất năm vào trong chương trình tại xã Thanh Chấn, tỉnh Điện Biên. Quan trọng nhất là Chính phủ đã có Chỉ thị số 241/CP-NN ngày 14/3/2000 về việc tăng cường đầu tư cho phát triển sản xuất năm ăn. Ngày 16/4/2012 Thủ tướng Chính phủ chính thức lựa chọn năm ăn là sản phẩm Quốc gia được ưu tiên phát triển tại quyết định số 439/QĐ-TTg. Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã xây dựng đề án phát triển ngành năm ăn đến năm 2020 và các năm tiếp theo như sau:

Hình thành một ngành sản xuất năm ăn, năm được liệu sản xuất theo hướng sản xuất hàng hoá, tập trung, quy mô công nghiệp, từng bước ứng dụng công nghệ cao; có sự gắn kết chặt chẽ từ khâu nghiên cứu, sản xuất, bảo quản, chế biến đến tiêu thụ, tạo thương hiệu năm Việt Nam trên trường Quốc tế nhằm góp phần giải quyết việc làm, bảo vệ môi trường, chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp, nông thôn, tạo ra nguồn hàng hoá lớn có giá trị kinh tế cao phục vụ nhu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu với các chỉ tiêu cụ thể như sau:

- Từ nay đến năm 2015: Sản xuất và tiêu thụ đạt khoảng 400.000 tấn năm các loại, trong đó nội tiêu: 300.000 tấn (75%), xuất khẩu: 100.000 tấn (25%);

- Đến năm 2020: Sản xuất và tiêu thụ đạt khoảng 1.000.000 tấn (trong đó: 50% xuất khẩu; 50% tiêu thụ nội địa); giải quyết được 1 triệu việc làm từ nghề sản xuất năm. Riêng đối với các tỉnh khu vực phía Bắc sản lượng phải đạt 60% mục tiêu đề ra, trong đó trọng tâm phát triển là các tỉnh vùng đồng bằng sông Hồng với khoảng 80% sản lượng của khu vực.

- Từ năm 2020 trở đi, Việt Nam phấn đấu trở thành một nước có ngành công nghiệp nấm phát triển ngang tầm với một số nước phát triển trong khu vực. Đồng thời xây dựng thương hiệu nấm Việt Nam trên thị trường quốc tế (Cục Trồng trọt, 2011).

#### **4.2. Định hướng phát triển ngành hàng nấm ăn**

Xuất phát từ thực tiễn sản xuất và tiêu thụ nấm trong những năm qua, yêu cầu của xã hội trong bối cảnh mới, phát triển ngành hàng nấm từ nay tới năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2025 theo các hướng sau:

- Phát triển ngành hàng nấm phải trên cơ sở phát tiềm năng và lợi thế sẵn có của các vùng. Đồng thời đẩy mạnh việc ứng dụng tiến bộ khoa học, quy trình công nghệ tiên tiến để đạt được năng suất cao, chất lượng tốt, giá thành hạ, đa dạng chủng loại và mẫu mã sản phẩm đáp ứng nhu cầu, thị hiếu người tiêu dùng trong nước và xuất khẩu.

- Phát triển ngành hàng nấm ăn trên cơ sở gắn kết chặt chẽ giữa nghiên cứu với sản xuất, sơ chế, chế biến, bảo quản tiêu thụ sản phẩm. Đặc biệt, chú trọng đến mối liên kết giữa các tác nhân trong ngành hàng, đảm bảo quyền lợi hài hoà giữa các tác nhân để hướng tới phát triển ngành hàng bền vững.

- Phát triển ngành hàng nấm ăn trên cơ sở phải huy động mọi nguồn lực của các thành phần kinh tế, có sự trợ giúp của Nhà nước vào những nội dung cần thiết, thích hợp như: đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, đổi mới khoa học công nghệ, tăng cường đầu tư cho nghiên cứu khoa học, xây dựng và ban hành cơ chế chính sách khuyến khích phát triển phù hợp cho từng giai đoạn.

Giai đoạn từ năm 2020 trở đi, tập trung đổi mới công nghệ và ứng dụng tiến bộ kỹ thuật mới trong lĩnh vực sản xuất và chế biến nấm để nhanh chóng trở thành nước có ngành công nghiệp nấm phát triển. Trên cơ sở sử dụng tiết kiệm, hiệu quả và bền vững các nguồn lực nhất là tài nguyên, thiên nhiên nhưng lại tạo ra các loại sản phẩm nấm có giá trị và giá trị gia tăng cao mang dấu ấn và thương hiệu Việt Nam.

### **4.3. Giải pháp chủ yếu phát triển ngành hàng nấm ăn**

#### **4.3.1. Nhóm giải pháp về kinh tế - xã hội**

##### *4.3.1.1. Quy hoạch vùng sản xuất nấm ăn*

Trên cơ sở quy hoạch phát triển nấm ăn - nấm dược liệu của Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2025, cần xây dựng tập trung quy hoạch quy hoạch phát triển ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng vào một số nội dung chủ yếu sau đây:

- Điều tra, khảo sát đánh giá tiềm năng, thế mạnh của từng địa phương trong vùng nhằm xác định cơ cấu, mùa vụ và chủng loại nấm phù hợp để phát huy lợi thế của từng địa phương.

- Xây dựng các vùng sản xuất tập trung gắn với tiêu thụ, chế biến, xuất khẩu các sản phẩm chủ lực theo các vùng trong tổng thể cả nước; đồng thời xây dựng một số mô hình sản xuất nấm tập trung, cơ giới hoá, ứng dụng công nghệ cao, đảm bảo an toàn thực phẩm.

- Hoàn thiện hệ thống quản lý nhà nước, cung ứng giống, dịch vụ, tư vấn, khuyến nông tạo thuận lợi cho phát triển sản xuất.

##### *4.3.1.2. Tổ chức sản xuất theo hướng hàng hóa, chuyên môn hóa và liên kết giữa các tác nhân tham gia ngành hàng*

- Hoàn thiện hệ thống tổ chức sản xuất nấm theo hướng chuyên môn hóa, phát triển theo mô hình công nghiệp công ty, hợp tác xã hoặc trang trại, gia trại với quy mô phù hợp đảm bảo hiệu quả sản xuất bền vững; không phát triển sản xuất theo phong trào, kém hiệu quả và thiếu ổn định.

- Đa dạng hoá sản phẩm nấm trên cơ sở tổ chức và sắp xếp lại mùa vụ để tận dụng điều kiện thuận lợi của từng vùng cũng như yêu cầu thị trường. Tập trung đẩy mạnh các loại nấm ăn thông dụng và truyền thống như: nấm mỡ, nấm sò, nấm rơm và từng bước phát triển các chủng loại nấm sản xuất theo hướng công nghiệp như: đầu khi, đùi gà, kim châm, ngọc châm, chân dài... Đẩy mạnh việc áp dụng Thực hành nông nghiệp tốt (GAP) cũng như hệ thống quản lý nhằm đảm bảo chất lượng, an toàn thực phẩm trong sản xuất, chế biến nấm.

- Thúc đẩy và phát triển công nghiệp chế biến nấm tươi thành nấm muối, khô, đóng hộp, đóng gói chế biến sẵn và các sản phẩm tinh chế khác tạo giá trị gia tăng cao tại các địa bàn sản xuất tập trung; Đồng thời, phát triển sản xuất phân bón hữu cơ từ phế liệu của sản xuất nấm nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất nấm và bảo vệ môi trường.

- Liên kết giữa các bên trong sản xuất - chế biến - tiêu thụ nấm, trong đó các doanh nghiệp đóng vai trò chủ lực trong đầu tư, hỗ trợ vốn, kỹ thuật và bao tiêu sản, nghiên cứu và ban hành văn bản hướng dẫn chi tiết thực hiện quyết định số 62/QĐ-TTg ngày 25/10/2013 có hiệu lực kể từ 10/12/2013 tạo động lực cho phát triển, đồng thời đưa ra những điều kiện cũng như chế tài cụ thể hơn nữa nhằm thúc đẩy mối liên kết ngày càng bền vững.

#### *4.3.1.3. Tăng cường đầu tư, hỗ trợ cơ sở vật chất*

- Tăng cường đầu tư, hỗ trợ cơ sở hạ tầng cho vùng sản xuất nấm tập trung có quy mô và sản lượng lớn tạo ra sản phẩm hàng hóa phục vụ nguyên liệu đầu vào ổn định cho các nhà máy chế biến nấm.

- Tăng cường cơ sở hạ tầng, trang thiết bị cho các cơ sở giảng dạy, nghiên cứu, khảo nghiệm, đào tạo nhân lực cho ngành nấm, cơ sở thu mua, bảo quản và sơ chế nấm phục vụ phát triển ngành nấm.

- Tăng cường cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ công tác quản lý sản xuất nấm, xây dựng mới các phòng kiểm nghiệm, chứng nhận chất lượng...

#### *4.3.1.4. Phát triển thị trường tiêu thụ nấm*

- Tuyên truyền và phổ biến về giá trị dinh dưỡng, làm thuốc và giá trị kinh tế của nấm ăn đối với đời sống thông qua các phương tiện thông tin đại chúng với phương châm: “nhiều người biết trồng nấm, người người biết ăn nấm”; mở rộng nhiều kênh bán hàng, đa dạng hoá sản phẩm để tăng sức mua của thị trường trong nước.

- Xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu nấm Việt Nam, mở rộng thị trường nước ngoài.



#### *4.3.1.5. Tăng cường hợp tác quốc tế*

- Tiếp tục hợp tác và trao đổi với các nước, tổ chức quốc tế trong nghiên cứu khoa học về giống nầm và quy trình công nghệ sản xuất nầm như trao đổi nguồn gen, công nghệ tiên tiến, đào tạo nhân lực, học tập kỹ thuật. Đặc biệt ưu tiên hợp tác với những nước có các điều kiện phát triển nầm tương tự Việt Nam.

- Kêu gọi đầu tư, hợp tác, liên doanh, liên kết... trong các lĩnh vực khoa học, sản xuất, chế biến, tiêu thụ nầm với các nước trong khu vực và trên thế giới trên tinh thần kế thừa và phát huy Nghị định số 61/2010/NĐ-CP ngày 4/6/2010 với những nội dung và giải pháp đồng bộ được thay thế bởi Nghị định số 210/2013/NĐ-CP ngày 19/12/2013 cùng với hệ thống văn bản hướng dẫn chi tiết.

- Hỗ trợ các tổ chức, cá nhân tham gia các hoạt động xúc tiến tìm kiếm đối tác nước ngoài để thiết lập và mở rộng thị trường tiêu thụ nầm của Việt Nam tại nước ngoài.

#### *4.3.1.6. Tăng cường công tác quản lý nhà nước*

- Xây dựng hệ thống nhân giống nầm gắn với tổ chức lại các đơn vị nghiên cứu, chuyển giao công nghệ về nầm nhằm đáp ứng đủ yêu cầu sản xuất với chất lượng giống tốt. Xúc tiến thành lập Viện nghiên cứu nầm Quốc gia làm cơ sở cho việc phối hợp với một số Viện, Trường, cơ sở cấp tỉnh chuyên sản xuất và kiểm soát chất lượng giống nầm. Phấn đấu đến năm 2015 các tỉnh trọng điểm sản xuất nầm có các trung tâm, cơ sở sản xuất giống nầm nhằm tiếp nhận giống nầm nguyên chủng, giống nầm cấp 1 từ các cơ quan Trung ương và sản xuất đủ giống nầm cấp 2 và cấp 3 đạt tiêu chuẩn cung cấp cho sản xuất.

- Xây dựng các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, củng cố và phát triển lực lượng kiểm soát chất lượng giống nầm từ cơ sở sản xuất đến người tiêu dùng. Tiến tới xây dựng tiêu chuẩn Việt Nam về giống nầm và chất lượng sản phẩm nầm ăn.

- Nhanh chóng hoàn thiện các thủ tục thành lập Hiệp hội nầm Việt Nam theo tinh thần kết luận của lãnh đạo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tại hội nghị “Thực trạng và giải pháp phát triển sản xuất nầm” ngày 22/9/2011 tại Hải Phòng và ngày 18/5/2012 tại Thành phố Hồ Chí Minh.

### **4.3.2. Nhóm giải pháp về khoa học công nghệ**

#### **4.3.2.1. Tăng cường công tác nghiên cứu, chuyển giao công nghệ**

- Chọn tạo, nhập nội nhiều chủng, giống nấm mới theo hướng đa dạng hóa các chủng loại, giống nấm phù hợp với điều kiện nước ta, đáp ứng yêu cầu thị trường trong và ngoài nước.

- Nghiên cứu sử dụng đa dạng các giá thể làm nguyên liệu nuôi trồng nấm như rơm rạ, mùn cưa, bã mía, thân lõi ngô, bông phế loại, vỏ trấu, vỏ lạc, cỏ... có giải pháp khắc phục thiếu nguyên liệu do thu hoạch lúa bằng máy gặt đập liên hợp đang ngày càng phổ biến.

- Nghiên cứu công nghệ chế biến và bảo quản nấm sau thu hoạch như: nấm tươi, nấm sấy khô, đóng hộp, mì ăn liền, các loại thực phẩm chức năng, thuốc bổ dưỡng ...

- Nghiên cứu các thiết bị cơ giới hoá, hiện đại hoá nuôi trồng, sản xuất và chế biến nấm nhằm nâng cao năng suất lao động, hạ giá thành sản phẩm và đảm bảo nguồn cung ổn định cho thị trường trong nước và xuất khẩu.

- Tăng cường cơ sở vật chất, nguồn nhân lực cho nghiên cứu khoa học về nấm trước mắt và lâu dài; nghiên cứu đề xuất phương án sắp xếp tổ chức lại các đơn vị nghiên cứu, chuyển giao công nghệ về nấm hiện có trên cả nước nhằm triển khai hiệu quả Đề án sản phẩm quốc gia về nấm ăn và nấm dược liệu theo Quyết định số 439/QĐ-TTg ngày 16/4/2012 của Chính phủ.

#### **4.3.2.2. Đẩy mạnh công tác đào tạo, khuyến nông**

- Ưu tiên đào tạo nghề trồng nấm nghề cho các địa phương theo đề án “Đào tạo nghề cho lao động nông thôn đến năm 2020” tại quyết định số 1956/QĐ-TTg ngày 27/11/2009 của Thủ tướng Chính phủ với các tiêu chí và cơ sở đào tạo có đủ năng lực, trình độ chuyên môn về nấm ăn.

- Đề xuất, phê duyệt các dự án khuyến nông về sản xuất nấm từ ngân sách khuyến nông Trung ương và địa phương; ưu tiên xây dựng các mô hình nuôi trồng, chế biến nấm tiên tiến, có xử lý phế thải sau trồng nấm thành phân bón hữu cơ để phổ biến rộng rãi cho sản xuất.

### **4.3.3. Nhóm giải pháp về cơ chế chính sách**

*a) Ưu tiên áp dụng, lồng ghép các chính sách của Trung ương, địa phương đã ban hành liên quan đến nông nghiệp, nông thôn, nông dân nói chung nhằm đầu tư, hỗ trợ sản xuất, chế biến, kinh doanh nông sản:*

- Sản xuất giống nầm thực hiện theo Quyết định số 2194/QĐ-TTg ngày 25/12/2009 của Thủ tướng Chính phủ. Đồng thời, thực hiện những ưu đãi về đầu tư theo Nghị định số 61/2010/NĐ-CP ngày 4/6/2010 của Chính phủ từ trước đến khi Nghị định số 210/2013/NĐ-CP ngày 19/12/2013 về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn có hiệu lực kể từ ngày 10/2/104.

- Ưu đãi về tín dụng cho đầu tư sản xuất, chế biến nầm thực hiện theo Nghị định 41/2010/NĐ-CP ngày 12/4/2010 của Chính phủ về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp nông thôn. Đối với các dự án sản xuất, kinh doanh giống nầm và mặt hàng nầm được vay vốn tín dụng đầu tư theo quy định tại Nghị định 151/2006/NĐ-CP ngày 20/12/2006 của Chính phủ.

*b) Nghiên cứu đề xuất trình cấp có thẩm quyền ban hành các chính sách mới đặc thù cho phát triển ngành nầm, trong đó cần hướng tới các nội dung:*

- Nhà nước hỗ trợ đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, trang thiết bị nghiên cứu, sản xuất, chế biến nầm cho mọi thành phần kinh tế. Các tổ chức, cá nhân thuê đất để nghiên cứu, thí nghiệm, sản xuất giống nầm và sản xuất, chế biến nầm thương phẩm được áp dụng cho thuê đất với giá ưu đãi. Các doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực nầm ăn được hưởng mức thuế nông nghiệp là 0% và giảm 50% thuế thu nhập doanh nghiệp theo quy định.

- Ban hành chi tiết hướng dẫn thực hiện Nghị định số 210/2013/NĐ-CP ngày 19/12/2013 về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn và Quyết định số 62/2013/QĐ-TTg ngày 25/10/2013 về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản.

- Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cần nhanh chóng tổng hợp ý kiến các Bộ/Ngành ở Trung ương và địa phương làm cơ sở đề nghị Chính phủ phê duyệt đề án tổng thể phát triển nầm ăn đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030.

## TÓM TẮT CHƯƠNG 4

Nấm ăn là một loại thực phẩm có giá trị dinh dưỡng cao, có thể coi nấm ăn như một loại “rau sạch” và “thịt sạch”. Ngoài giá trị về dinh dưỡng, nấm ăn còn có nhiều đặc tính về biệt dược. Việt Nam là một trong những nước có nhiều tiềm năng để phát triển sản xuất nấm ăn như: điều kiện tự nhiên, nguyên liệu sản xuất nấm sẵn có với ước tính khoảng 40 triệu tấn các loại, lực lượng lao động nông thôn chiếm tới trên 75% dân số, vấn đề khoa học công nghệ đã có những tiến bộ hơn, thị trường tiêu thụ rất rộng mở cả trong nước và ngoài nước. Đảng và Nhà nước trong lĩnh vực phát triển nghề trồng nấm, đặc biệt là cơ chế chính sách thúc đẩy, tạo mối liên kết “4 nhà” trong quá trình tổ chức sản xuất tiến tới một ngành hàng nấm ăn có thể mạnh trong ngành nông nghiệp Việt Nam. Đây là cũng chính là giải pháp quan trọng nhằm đưa ngành hàng nấm ăn hội nhập sâu rộng với nền kinh tế quốc tế, nhất là khi nước ta đã tham gia toàn diện vào WTO. Tuy nhiên, việc sản xuất, chế biến nấm ăn trong ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng vẫn đang còn nhiều vấn đề bất cập như: i) Năng suất vẫn ở mức thấp so với bình quân các nước trong khu vực và trên thế giới; ii) Quy trình công nghệ sản xuất nấm vẫn còn phức tạp, đồng thời cơ cấu và chủng loại nấm chưa đa dạng để thu hút được mọi nguồn lực đầu tư vào ngành hàng; iii) Tỷ lệ nấm qua chế biến công nghiệp đang còn quá thấp, công nghệ chế biến đang còn lạc hậu, năng suất chất lượng chế biến thấp, sản phẩm chế biến đơn điệu, không đa dạng.

Tóm lại, với những cơ hội và thách thức như trên Việt Nam nói chung và vùng đồng bằng sông Hồng nói riêng cần xác định cho ngành hàng nấm một hướng đi nhất định. Vấn đề đặt ra là làm thế nào để phát triển ngành hàng nấm đáp ứng được nhu cầu của vùng và hòa cùng với cả nước cũng như thị trường quốc tế, đồng thời đem lại nguồn lợi to lớn cho vùng, đất nước và nâng cao thu nhập cho người nông dân.

## KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

### 1. Kết luận

Ngành hàng nắm ăn là tập hợp các tác nhân hay các đơn vị kinh tế cùng sản xuất, thu gom sơ chế, chế biến và tiêu thụ các sản phẩm nắm ăn. Phát triển ngành hàng nắm ăn là sự thay đổi tăng lên về quy mô, sản lượng và hoàn thiện quan hệ giữa các tác nhân trong ngành hàng, bao gồm từ người sản xuất đến người tiêu dùng cuối cùng và sự hoàn thiện về liên kết giữa các khâu, các lĩnh vực và giải quyết hài hòa lợi ích các tác nhân trong ngành hàng nắm ăn.

Ngành hàng nắm ăn vùng đồng bằng sông Hồng trong thời gian qua không ngừng tăng trưởng về quy mô, sản lượng và phát triển về chủng loại, sản phẩm nắm ăn cũng như hoàn thiện cơ cấu mùa vụ. Qua nghiên cứu thực trạng ngành hàng nắm ăn cho chúng ta thấy: i) Số lượng các thành viên của tác nhân trực tiếp sản xuất nắm ăn và hộ bán lẻ chiếm nhiều nhất; ii) Trong ngành hàng nắm ăn tác nhân trực tiếp sản xuất chiếm vai trò quan trọng, tạo ra giá trị gia tăng nhiều nhất, giá trị sản xuất trên chi phí cao hơn so với các tác nhân khác nhưng lại chịu nhiều rủi ro, hạn chế nhất như dịch bệnh, ảnh hưởng của biến đổi khí hậu tòa cầu...; iii) Tác nhân thu gom sơ chế và phân phối ngoài việc hoạt động kinh tế còn tham gia vào lĩnh vực bình ổn đời sống, kinh tế - chính trị - xã hội cho địa phương có nhiều điều kiện phát triển hơn so với các tác nhân khác do nhận được sự hỗ trợ về cơ sở vật chất và cơ chế chính sách từ chính quyền địa phương; iv) Tác nhân chế biến xuất khẩu chịu thiệt thòi nhất do phải đầu tư lớn và không phát huy được hết công suất thiết kế của nhà máy do thiếu nguyên liệu chế biến; v) Trong các kênh tiêu thụ chính của ngành hàng nắm ăn thì kênh số 4 “Cơ sở sản xuất nắm -> nhà thu gom, sơ chế và phân phối bán buôn -> người tiêu dùng” có khối lượng tiêu thụ sản phẩm lớn nhất và đang tồn tại rộng khắp tại các địa phương vùng nghiên cứu; vi) Các mối liên kết giữa tác nhân tham gia chưa chặt chẽ, chỉ mang tính hình thức là cản trở để thúc đẩy ngành hàng phát triển bền vững; vii) Vấn đề phân phối lợi nhuận giữa các tác nhân

chưa thật hợp lý, còn nhiều bất cập. Các cơ sở thu gom, sơ chế và phân phối bán buôn với các hộ bán lẻ mặc dù thu được lợi ích thấp hơn nhưng lại ổn định hơn so với các cơ sở sản xuất và không chịu những thiệt thòi và rủi ro hơn; viii) Nhóm yếu tố dịch vụ khoa học kỹ thuật, giống và nhóm cơ chế, chính sách ảnh hưởng chính đến phát triển ngành hàng trong thời gian vừa qua.

Nhằm phát triển ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng đủ sức cạnh tranh trên thị trường và tạo dựng được thương hiệu nấm Việt Nam trên trường quốc tế, cần thống nhất thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp như: Quy hoạch vùng sản xuất nấm trên cơ sở phát huy lợi thế của từng địa phương trong vùng; Nâng cao năng lực cho các tác nhân tham gia trong ngành hàng; Hoàn thiện và tổ chức hệ thống quản lý nhà nước đối với ngành hàng nấm ăn; Tăng cường liên kết giữa các tác nhân tham gia trong ngành hàng.

## **2. Kiến nghị**

***Đối với các cơ sở sản xuất nấm***, các cơ sở sản xuất là hộ gia đình, trang trại nên chủ động để lựa chọn cơ cấu mùa vụ như nấm mỡ, nấm sò, nấm rơm theo hướng hàng hoá với quy mô lớn như: xen canh, sản xuất nấm rơm ngoài cánh đồng, nấm mỡ vụ thay thế vụ đông trên diện tích đất bạc màu canh tác kém hiệu quả. Các HTX, doanh nghiệp tập trung đầu tư sản xuất các loại cao cấp và mộc nhĩ với quy mô lớn theo hướng công nghiệp. Chủ động dồn điền đổi thửa, góp vốn liên doanh, liên kết với doanh nghiệp hoặc để phát triển sản xuất và bao tiêu sản phẩm. Thực hiện nghiêm túc hợp đồng liên kết sản xuất với các doanh nghiệp để có nguồn vốn đầu tư, sản xuất ổn định và bền vững hơn nữa.

***Đối với các cơ sở thu mua, sơ chế và phân phối bán buôn***, cần đầu tư thêm phương tiện vận chuyển, trang thiết bị phục vụ cho việc đóng gói, bảo quản sản phẩm nấm ăn để giảm bớt chi phí do hao hụt và giảm giá thành cung cấp đến hộ bán lẻ. Tăng cường liên kết đầu tư cho các cơ sở sản xuất nấm tạo ra vùng sản xuất ổn định và bền vững.

***Đối với doanh nghiệp chế biến xuất khẩu,*** cần xác định rõ trách nhiệm cụ thể đối với người sản xuất và đơn giản hóa thủ tục liên kết sản xuất. Cần có biện pháp khuyến khích, thu hút nguồn nguyên liệu thông qua chính giá thu mua. Tăng cường hơn nữa vai trò cầu nối giữa nghiên cứu với sản xuất và chế, tiêu thụ.

***Đối với Nhà nước,*** cần nhanh chóng hoàn thiện hệ thống quản lý nhà nước trên những lĩnh vực như: i) Quy hoạch phát triển năm ăn của toàn vùng và các địa phương; ii) Nhanh chóng ban hành chi tiết hướng dẫn thực hiện Nghị định số 210/2013/NĐ-CP ngày 19/12/2013 về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn và Quyết định số 62/2013/QĐ-TTg ngày 25/10/2013 về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản; iii) Bổ sung hệ thống quản lý nhà nước về năm vào chỉ đạo sản xuất từ Trung ương đến các địa phương; iv) Xúc tiến việc thành lập Viện nghiên cứu năm Quốc gia và Hiệp hội năm Việt Nam.

***Đối với các địa phương,*** tăng cường hơn nữa công tác tuyên truyền, giáo dục về lợi ích của chính sách liên kết tiêu thụ sản phẩm với các doanh nghiệp. Tăng cường vai trò của các hợp tác xã dịch vụ, nhóm hộ đại diện; đồng thời học tập và đánh giá, rút kinh nghiệm mô hình chuyển đổi cơ cấu sản xuất của một số địa phương đã triển khai trước. Phát huy vai trò điều phối các nguồn lực đầu tư, hỗ trợ phát triển sản xuất và thúc đẩy mối liên kết giữa các tác nhân tham gia ngành hàng tại địa phương.

**DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ  
CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI**

1. Nguyễn Duy Trình (2012). Cây nấm – Mặt hàng xuất khẩu giàu tiềm năng ở vùng châu thổ sông Hồng, Tạp chí Thương mại, Số 33-2012, trang 43-45.
2. Nguyễn Duy Trình, Nguyễn Hữu Ngoan (2013). Phân tích hiệu quả kinh tế ngành hàng nấm ăn vùng đồng bằng sông Hồng, Tạp chí Khoa học và Phát triển, Trường Đại học nông nghiệp Hà Nội, Số 4/2013, trang 593-601.



## TÀI LIỆU THAM KHẢO

### I. TIẾNG VIỆT

1. Ban chấp hành Trung ương Đảng cộng sản Việt Nam khóa X (2008). Nghị quyết Hội nghị Trung ương 7 về vấn đề nông nghiệp, nông dân và nông thôn năm 2008, Hà Nội.
2. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (2003). Thực trạng và giải pháp trong sản xuất và chế biến tiêu thụ nấm, Hội nghị triển khai sản xuất và chế biến nấm, mùng ngày 26/3/2003 tại Hà Nội.
3. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2010). Quyết định số 3577/QĐ-BNN-XD ngày 31/12/2010 về việc phê duyệt dự án đầu tư “Sản xuất giống nấm, giai đoạn 2011 - 2015” thuộc Chương trình giống cây nông, lâm nghiệp, giống vật nuôi và giống thủy sản đến năm 2020, Hà Nội.
4. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2013a). Quyết định số 1259/QĐ-BNN-KHCN ngày 4/6/2013 phê duyệt Chương trình khung nghiên cứu khoa học và công nghệ ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn giai đoạn 2013 – 2020, Hà Nội.
5. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2013b). Quyết định số 2690/QĐ-BNN-KHCN ngày 12/11/2013 phê duyệt đề án khung phát triển sản phẩm quốc gia “Sản phẩm nấm ăn và nấm dược liệu” phục vụ phát triển sản phẩm quốc gia đến năm 2020, Hà Nội.
6. Chính phủ Nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2000). Chỉ thị 241/CP-NN ngày 14/3/2000 gửi các Bộ: Khoa học công nghệ và Môi trường, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Tài Chính, Kế hoạch và Đầu tư về việc tăng cường hỗ trợ phát triển sản xuất nấm, Hà Nội.
7. Chính phủ Nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2002). Quyết định số 80/QĐ-TTg ngày 24/6/2002 về việc khuyến khích tiêu thụ nông sản hàng hoá thông qua hợp đồng, Hà Nội.
8. Chính phủ Nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2009). Quyết định số 1956/QĐ-TTg ngày 27/11/2009 phê duyệt đề án: “Đào tạo nghề cho lao động nông thôn đến năm 2020”, Hà Nội.
9. Chính phủ Nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2010a). Quyết định số 176/QĐ-TTg ngày 29/ 01/ 2010 phê duyệt Đề án phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao đến năm 2020, Hà Nội.
10. Chính phủ Nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2010b). Quyết định số 49/2010/QĐ-TTg ngày 19/7/2010 về việc phê duyệt Danh mục công nghệ cao được ưu tiên đầu tư phát triển và Danh mục sản phẩm công nghệ cao được khuyến khích phát triển, Hà Nội.
11. Chính phủ Nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2010c). Quyết định số 1831/QĐ-TTg ngày 01/10/2010 về việc phê duyệt Chương trình “Hỗ trợ ứng dụng và chuyển giao tiến bộ khoa học và công nghệ phục vụ phát triển kinh tế - xã hội nông thôn và miền núi giai đoạn 2011 - 2015”, Hà Nội.

12. Chính phủ Nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2010<sup>d</sup>). Quyết định số 2194/QĐ-TTg ngày 25/12/2010 về phê duyệt đề án Đề án phát triển giống cây nông, lâm nghiệp, giống vật nuôi và giống thủy sản đến năm 2020, Hà Nội.
13. Chính phủ Nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2010<sup>e</sup>). Quyết định số 2457/QĐ-TTg ngày 31/12/2010 về việc phê duyệt Chương trình Quốc gia phát triển công nghệ cao đến năm 2020, Hà Nội.
14. Chính phủ Nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2012). Quyết định số 439/QĐ-TTg ngày 16/4/2012 về phê duyệt Danh mục sản phẩm quốc gia thực hiện từ năm 2012 thuộc Chương trình phát triển sản phẩm quốc gia đến năm 2020, Hà Nội.
15. Chính phủ Nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2013). Quyết định số 62/2013/QĐ-TTg ngày 25/10/2013 về việc khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng mẫu lớn, Hà Nội.
16. Trần Văn Chử (2000). Kinh tế học phát triển, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội.
17. Cục Trồng trọt – Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2011). Hội nghị đánh giá tiềm năng, thực trạng và giải pháp phát triển nấm khu vực phía Bắc ngày 22/9/2011, Hải Phòng.
18. Nguyễn Nguyên Cự (2005). Marketing nông nghiệp, Nhà xuất bản Nông nghiệp, Hà Nội.
19. Nguyễn Trọng Dũng và Nguyễn Thị Minh Hòa (2012). Chuỗi giá trị nấm rơm tại xã Phú Lương, huyện Phú Vang, tỉnh Thừa Thiên Huế, Tạp chí khoa học – Đại học Huế, tập 72B, số 3, Trang 67 – 73.
20. Phạm Văn Đình (1999). Phương pháp phân tích ngành hàng nông nghiệp, Nhà xuất bản Nông nghiệp.
21. Phạm Văn Đình, Đỗ Kim Chung và cs (1997). Kinh tế nông nghiệp, Nhà xuất bản Nông nghiệp, Hà Nội.
22. Nguyễn Hữu Đông, Đinh Xuân Linh, Thân Đức Nhã và Nguyễn Thị Sơn (2010). Kỹ thuật nuôi trồng, chế biến nấm ăn và nấm dược liệu, Nhà xuất bản Nông nghiệp Hà Nội.
23. Pierre Fabre (1994). Phương pháp phân tích ngành hàng, Vũ Đình Tôn dịch, Rome.
24. Ngô Đình Giao (1996). Kinh tế học vi mô, Nhà xuất bản Giáo dục, Hà Nội.
25. Khuyết danh (2008). Báo cáo tóm tắt ngành hàng nấm ở tỉnh Quảng Bình, Dự án quản lý bền vững nguồn tài nguyên thiên nhiên miền Trung Việt Nam, Quảng Bình.
26. Trịnh Tam Kiệt (2011). Nấm lớn ở Việt Nam, Nhà xuất bản Khoa học tự nhiên và Công nghệ, Hà Nội.
27. Đinh Xuân Linh, Thân Đức Nhã, Nguyễn Hữu Đông, Nguyễn Thị Sơn, Nguyễn Duy Trình và Ngô Xuân Nghiễn (2012). Kỹ thuật trồng, chế biến nấm ăn – nấm dược liệu, Nhà xuất bản nông nghiệp, Hà Nội.
28. Thân Đức Nhã (2004). Hoàn thiện công nghệ sản xuất, chế biến và tiêu thụ nấm hàng hoá, theo mô hình làng nghề – Mã số KC07-DA02, Báo cáo tổng kết dự án sản xuất thử nghiệm, Trung tâm công nghệ sinh học thực vật, Hà Nội.

29. Nguyễn Hữu Ngoan (1996). Một số vấn đề tổ chức sản xuất nấm mỡ xuất khẩu ở vùng đồng bằng sông Hồng hiện nay, Luận án tiến sĩ kinh tế nông nghiệp, Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội.
30. Nguyễn Tuấn Sơn (2009). Nghiên cứu các hình thức liên kết chăn nuôi lợn ở miền Bắc. Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế số 373, tháng 6/2009, tr 64-tr72.
31. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn các tỉnh vùng đồng bằng sông Hồng (2011). Báo cáo kết quả triển khai chương trình nấm giai đoạn 2001 - 2010, Hội nghị đánh giá tiềm năng, thực trạng và giải pháp phát triển nấm khu vực phía Bắc ngày 22/9/2011, Hải Phòng.
32. Tổng công ty Rau quả và nông sản (2011). Báo cáo tình hình xuất nhập khẩu nấm và một số đề xuất, Hội nghị đánh giá tiềm năng, thực trạng và giải pháp phát triển nấm khu vực phía Bắc ngày 22/9/2011, Hải Phòng.
33. Tổng Công ty Rau quả nông sản (2010). Báo cáo tổng kết công tác năm 2009, phương hướng nhiệm vụ năm 2010, Hà Nội.
34. Tổng Công ty Rau quả nông sản (2011). Báo cáo tổng kết công tác năm 2010, phương hướng nhiệm vụ năm 2011, Hà Nội.
35. Tổng Công ty Rau quả nông sản (2012). Báo cáo tổng kết công tác năm 2011, phương hướng nhiệm vụ năm 2012, Hà Nội.
36. Fedirico Zani (2001). Báo cáo kết quả thực hiện hỗ trợ kỹ thuật nuôi trồng nấm tại tỉnh Thái Bình tháng 9/2001, Dự án do FAO tài trợ, Thái Bình.

## II. TIẾNG ANH

37. Bano, Z and S.Rajaratnam (1982). Pleurotus mushrooms a nutritious food, Trang 363 – 380, Trong: S.T. Chang và T.H. Quimio (eds), Tropical mushrooms: Their biological nature and cultivation methods, The Chinese University Pree. HongKong 493p.
38. Chang, S.T. (1978). Volvariella volvacea. Trang 573 – 603. Trong: S.T. Chang và W.A.Hayes (eds). The biology and cultivation of edible mushroom. Academic Press N.Y. 819p.
39. Chang, S.T (1987). World production of edible mushrooms in 1986, Mushroom J.Tropics 7: 117 – 120.
40. Cheng, S.C and C.C.TU (1978). Auricularia spp, trang 605 – 625. Trong: S.T. Chang và W.A.Hayes (eds), The biology and cultivation of edible mushroom, Academic Press N.Y. 819p.
41. Geoffrey Hodgson (2006) “What Are Institutions?” Journal of Economic Issues, XL:1, 1-25
42. Young Bok Yoo (2010). Mushroom Research Division National Institute of Horticultural & Herbal Science, RDA, Korea - Mushroom Cultivation and Industry in Korea.

### III. MỘT SỐ WEBSITES

43. Cổng Thông tin điện tử Chính phủ nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2013<sup>a</sup>). Nghị định số 66/2006/NĐ-CP ngày 07/7/2006, Truy cập ngày 15/10/2012 từ [http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class\\_id=1&\\_page=1&mode=detail&document\\_id=15335](http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class_id=1&_page=1&mode=detail&document_id=15335).
44. Cổng Thông tin điện tử Chính phủ nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2013<sup>b</sup>). Thông tư số 116/2006/TT-BNN ngày 18/12/2006, Truy cập ngày 15/5/2013 từ [http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class\\_id=1&\\_page=1&mode=detail&document\\_id=15376](http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class_id=1&_page=1&mode=detail&document_id=15376).
45. Cổng Thông tin điện tử Chính phủ nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2013<sup>c</sup>). Thông tư số 101/2011/TTLT/BTC-BKHCN ngày 08/7/2011, Truy cập ngày 15/10/2012 từ [http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class\\_id=1&\\_page=1&mode=detail&document\\_id=187586](http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class_id=1&_page=1&mode=detail&document_id=187586).
46. Cổng Thông tin điện tử Chính phủ nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2013<sup>d</sup>). Thông tư số 11/2012/TTLT-BNN&PTNT-BTC-BKHĐT ngày 01/3/2012, Truy cập ngày 15/5/2013 từ [http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class\\_id=1&\\_page=1&mode=detail&document\\_id=16393](http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class_id=1&_page=1&mode=detail&document_id=16393).
47. Cổng Thông tin điện tử Chính phủ nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2013<sup>e</sup>). Thông tư số 10/2013/TT-BKHCN ngày 29/3/2013, Truy cập ngày 15/5/2013 từ [http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class\\_id=1&\\_page=1&mode=detail&document\\_id=167589](http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class_id=1&_page=1&mode=detail&document_id=167589).
48. Cổng Thông tin điện tử Chính phủ nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2013<sup>g</sup>). Thông tư số 12/2013/TT-BKHCN ngày 29/3/2013, Truy cập ngày 15/5/2013 từ [http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class\\_id=1&\\_page=1&mode=detail&document\\_id=167506](http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class_id=1&_page=1&mode=detail&document_id=167506).
49. SWOT cho phân tích ngành hàng (2006). Trường hợp ngành hồ tiêu, Truy cập ngày 15/10/2011 từ [http://www.chungta.com/Desktop.aspx/KinhDoanh-QTDN/Chien-Luoc/Phan\\_tich\\_SWOT/](http://www.chungta.com/Desktop.aspx/KinhDoanh-QTDN/Chien-Luoc/Phan_tich_SWOT/).
50. Tổng cục Thống kê (2011). Số liệu thống kê vùng đồng bằng sông Hồng, Truy cập ngày 15/10/2011 từ <http://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=386&idmid=3&ItemID=12817> và <http://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=387&idmid=3&ItemID=12875> và <http://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=390&idmid=3&ItemID=13002>.
51. Training Manual on Mushroom Cultivation Technology (2010), Truy cập ngày 05/5/2010 từ <http://www.elsevier.com/locate/jfca>.

## PHỤ LỤC

### Phụ lục 1: HỆ THỐNG PHIẾU KHẢO SÁT THỰC ĐỊA

#### Phụ lục 1.1 : Phiếu khảo sát cơ sở sản xuất nấm ăn

Họ tên người phỏng vấn:.....

Ngày phỏng vấn: .....

#### A. Thông tin chung

A1. Tên cơ sở sản xuất:.....

A2. Địa chỉ: .....

A3. Họ tên người trả lời phỏng vấn:.....

A4. Tuổi..... Giới tính:.....Trình độ văn hóa:.....

A5. Chức vụ.....

A6. Lĩnh vực hoạt động của Cơ sở:.....

A7. Số lao động thường xuyên:..... người; thuê mướn thêm:.....người

A8. Doanh thu bình quân hàng năm:..... VNĐ

A9. Mức thu nhập bình quân đầu người của cơ sở/tháng:

[ ] Dưới 1 triệu đồng [ ] Từ 1 – 1,5 triệu đồng

[ ] Từ 1,5 – 2 triệu đồng [ ] Trên 2 triệu đồng

#### B. Thông tin nuôi trồng nấm

B1. Loại nấm mà cơ sở nuôi trồng, thời gian, sản phẩm chính trong năm:

- Nấm rơm [ ] sản phẩm: tươi [ ] khô [ ] chế biến [ ] từ tháng.... đến tháng ..

- Nấm sò [ ] sản phẩm: tươi [ ] khô [ ] chế biến [ ] từ tháng...đến tháng ....

- Nấm mỡ [ ] sản phẩm: tươi [ ] khô [ ] chế biến [ ] từ tháng...đến tháng ....

- Nấm mộc nhĩ [ ] sản phẩm: tươi [ ] khô [ ] chế biến [ ] từ tháng...đến tháng ..

B2. Năng suất nuôi trồng nấm ăn được tính trên 1 tấn nguyên liệu đầu vào

- Nấm rơm: tươi ..... kg ; khô .....kg

- Nấm sò: tươi ..... kg ; khô .....kg

- Nấm mỡ: tươi ..... kg ; khô .....kg

- Nấm mộc nhĩ: tươi ..... kg ; khô .....kg

B3. Sản lượng mà cơ sở sản xuất được trồng năm 2010

- Nấm rơm:            tươi ..... kg ; khô .....kg
- Nấm sò:            tươi ..... kg ; khô .....kg
- Nấm mỡ:            tươi ..... kg ; khô .....kg
- Nấm mộc nhĩ:     tươi ..... kg ; khô .....kg

B4. Chi phí nuôi trồng tính trên 1 tấn nguyên liệu đầu vào

**\* Nấm rơm**

- Giống ..... kg;    Vôi bột:.....kg;            Bột nhẹ:.....kg;
- Nilon quây đồng:.....kg;      Công lao động:..... công.
- Dụng cụ lao động:.....VNĐ;    Khấu hao TSCĐ:.....VNĐ

**\* Nấm sò**

- Giống ..... kg;    Vôi bột:.....kg;            Bột nhẹ:.....kg;
- Túi nilon:.....kg;    Dây treo:.....kg;      Bông nút:.....kg;
- Nilon quây đồng:.....kg;    Dụng cụ lao động:.....VNĐ;
- Công lao động:..... công;    Khấu hao TSCĐ:.....VNĐ.

**\* Nấm mỡ**

- Giống ..... kg;    Vôi bột:.....kg;    Ure:.....kg;    Sunfat:.....kg;
- Lân:.....kg;    Bột nhẹ:.....kg;            Nilon quây đồng:.....kg;
- Dụng cụ lao động:.....VNĐ;    Khấu hao TSCĐ:.....VNĐ;
- Công lao động:..... công.

**\* Nấm mộc nhĩ**

- Giống ..... kg;            Vôi bột:.....kg;            Ure:.....kg;
- Sunfat:.....kg;            Lân:.....kg;    Bột nhẹ:.....kg;
- Túi nilon:.....kg;    Nilon quây đồng:.....kg;    Bông nút:.....kg;
- Dụng cụ lao động:.....VNĐ;    Khấu hao TSCĐ:.....VNĐ;
- Công lao động:..... công.

## B5. Bán sản phẩm

### \* *Nơi bán*

- Nấm rơm: tại nhà:....%; Chợ...%, người thu gom....%, DN chế biến.....%;  
DNXX.....%, Khác.....%

- Nấm sò: tại nhà:....%; Chợ...%, người thu gom....%, DN chế biến.....%;  
DNXX.....%, Khác.....%

- Nấm mỡ: tại nhà:....%; Chợ...%, người thu gom....%, DN chế biến.....%;  
DNXX.....%, Khác.....%

- Nấm mộc nhĩ: tại nhà:....%; Chợ...%, người thu gom....%, DN chế biến.....%;  
DNXX.....%, Khác.....%

### \* *Giá bán*

- Nấm rơm:

+ Tươi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất:.....VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

- Nấm sò:

+ Tươi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất:.....VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

- Nấm mỡ:

+ Tươi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất:.....VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

- Nấm mộc nhĩ:

+ Tươi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất:.....VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

## C. Những nhận xét về việc nuôi trồng nấm ăn

C1. Ông/Bà xin cho biết cảm nhận của mình về nuôi trồng nấm ăn hiện nay như thế nào?

.....  
.....  
.....

C2. Theo ông/bà xu hướng tới của việc nuôi trồng nấm ăn của cơ sở và địa phương như thế nào?

.....  
.....  
.....  
.....

C3. Theo ông/bà các cơ sở nuôi trồng nấm ăn cần phải làm gì để nâng cao chất lượng sản phẩm ?

.....  
.....  
.....  
.....

C4. Để phát triển sản xuất nấm ăn trong thời gian tới Nhà nước và địa phương hỗ trợ gì cho các cơ sở nuôi trồng nấm ăn?

.....  
.....  
.....  
.....

C5. Theo ông/bà trong thời gian tới có phát triển thêm quy mô sản xuất nữa không?, Có tại sao?

.....  
.....  
.....  
.....

C6. Các đề xuất của ông/bà để phát triển sản xuất nấm ăn hiện nay?

.....  
.....  
.....

*Cám ơn ông/bà đã hợp tác trao đổi thông tin!*



## PHIẾU KHẢO SÁT THỰC ĐỊA

### Phụ lục 1.2: Các cơ sở thu gom và chế biến nấm tại đồng bằng sông Hồng

Họ tên người phỏng vấn:.....

Ngày phỏng vấn: .....

#### A. Thông tin chung

A1. Tên cơ sở sản xuất:.....

A2. Địa chỉ: .....

A3. Họ tên người trả lời phỏng vấn:.....

A4. Tuổi..... Giới tính:..... Trình độ văn hóa:.....

A5. Chức vụ.....

A6. Lĩnh vực hoạt động của Cơ sở:.....

A7. Số lao động thường xuyên:..... người; thuê mướn thêm:.....người

A8. Doanh thu bình quân hàng năm:..... VNĐ

A9. Mức thu nhập bình quân đầu người của cơ sở/tháng:

Dưới 1 triệu đồng                       Từ 1 – 1,5 triệu đồng

Từ 1,5 – 2 triệu đồng                       Trên 2 triệu đồng

#### B. Thông tin về thu gom và chế biến nấm

B1. Về thu gom nấm ăn

B11. Loại nấm mà cơ sở thường thu gom:

- Nấm rơm                       sản phẩm: tươi  khô  chế biến  khác

- Nấm sò                       sản phẩm: tươi  khô  chế biến  khác

- Nấm mỡ                       sản phẩm: tươi  khô  chế biến  khác

- Nấm mộc nhĩ                       sản phẩm: tươi  khô  chế biến  khác

B12. Sản lượng thu mua bình quân theo tháng

- Nấm rơm:                      tươi ..... kg ; khô .....kg

- Nấm sò:                      tươi ..... kg ; khô .....kg

- Nấm mỡ:                      tươi ..... kg ; khô .....kg

- Nấm mộc nhĩ:                      tươi ..... kg ; khô .....kg

B13. Chi phí thu gom bình quân 1 tháng

- Bao bì:..... VNĐ
- Xăng dầu:.....VNĐ
- Điện:.....VNĐ
- Vật tư tiêu hao khác:..... VNĐ
- Vật tư bảo quản nấm:.....VNĐ
- Công lao động:.....VNĐ
- Khác:.....VNĐ

B14. Giá thu gom nấm

- Nấm rơm:

+ Tươi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:..... VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

- Nấm sò:

+ Tươi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:..... VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

- Nấm mỡ:

+ Tươi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:..... VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

- Nấm mộc nhĩ:

+ Tươi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:.....VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

B14. Giá bán nấm

- Nấm rơm:

+ Tươi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:.....VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

+ Chế biến: Giá rẻ nhất:... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:....VNĐ/kg; Giá TBt:....VNĐ/kg

- Nấm sò:

+ Tươi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:.....VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

+ Chế biến: Giá rẻ nhất:... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:....VNĐ/kg; Giá TBt:....VNĐ/kg

- Nấm mỡ:

+ Tuổi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:.....VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

+ Chế biến: Giá rẻ nhất:... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:....VNĐ/kg; Giá TBt:....VNĐ/kg

- Nấm mộc nhĩ:

+ Tuổi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:.....VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

+ Chế biến: Giá rẻ nhất:... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:....VNĐ/kg; Giá TBt:....VNĐ/kg

## B2. Chế biến nấm ăn

### B21. Chứng loại nấm mà cơ sở thương xuyên chế biến

- Nấm rơm [ ]

- Nấm sò [ ]

- Nấm mỡ [ ]

- Nấm mộc nhĩ [ ]

### B22. Các sản phẩm nấm mà cơ sở chế biến:

- Tên SP:.....; khối lượng:.....kg; giá bàn BQ:.....VNĐ/kg

- Tên SP:.....; khối lượng:.....kg; giá bàn BQ:.....VNĐ/kg

- Tên SP:.....; khối lượng:.....kg; giá bàn BQ:.....VNĐ/kg

- Tên SP:.....; khối lượng:.....kg; giá bàn BQ:.....VNĐ/kg

- Tên SP:.....; khối lượng:.....kg; giá bàn BQ:.....VNĐ/kg

### B23. Chi phí trong chế biến tính theo 100 kg sản phẩm

- Bao bì:..... VNĐ

- Cước vận chuyển:.....VNĐ

- Điện nước:.....VNĐ

- Vật tư tiêu hao khác:..... VNĐ

- Khấu hao TSCĐ:.....VNĐ

- Công lao động:.....VNĐ

- Thuế:.....VNĐ

- Khác:.....VNĐ

B24. Nơi tiêu thụ sản phẩm chế biến?

**- Trong nước:**

- + Khối lượng:
- + Loại sản phẩm tiêu thụ chủ yếu:
- + Khách hàng thường xuyên:
- + Hình thức tiêu thụ sản phẩm:

**- Xuất khẩu:**

- + Khối lượng:
- + Loại sản phẩm tiêu thụ chủ yếu:
- + Khách hàng thường xuyên:
- + Hình thức tiêu thụ sản phẩm:

**C. Những nhận xét về việc thu gom và chế biến nấm ăn**

C1. Ông/Bà xin cho biết cảm nhận của mình về tình hình thu gom hoặc chế biến nấm ăn hiện nay như thế nào?

.....

.....

.....

.....

C2. Theo ông/bà xu hướng tới của ngành nghề nuôi trồng nấm sẽ như thế nào?

.....

.....

.....

.....

C3. Theo ông/bà việc khó nhất trong phát triển nghề trồng nấm hiện nay là gì, lý do ?

.....

.....

.....

.....

C4. Để phát triển sản xuất nấm ăn trong thời gian tới Nhà nước và địa phương hỗ trợ gì cho ngành sản xuất nấm ăn?

.....  
.....  
.....

C5. Trong thời gian tới cơ sở của ông/bà có phát triển thêm quy mô thu gom hoặc chế biến không? tại sao?

.....  
.....  
.....

C6. Các đề xuất của ông/bà để phát triển sản xuất nấm ăn hiện nay?

.....  
.....  
.....  
.....

*Cám ơn ông/bà đã hợp tác trao đổi thông tin!*

## PHIẾU KHẢO SÁT THỰC ĐỊA

### Phụ lục 1.3: Các cơ sở tiêu thụ nấm tại đồng bằng sông Hồng

Họ tên người phỏng vấn:.....

Ngày phỏng vấn: .....

#### A. Thông tin chung

A1. Tên cơ sở:.....

A2. Địa chỉ: .....

A3. Họ tên người trả lời phỏng vấn:.....

A4. Tuổi..... Giới tính:..... Trình độ văn hóa:.....

A5. Chức vụ.....

A6. Lĩnh vực hoạt động của Cơ sở:.....

A7. Số lao động thường xuyên:.....người; thuê mướn thêm:.....người

A8. Doanh thu bình quân hàng năm:..... VNĐ

A9. Mức thu nhập bình quân đầu người của cơ sở/tháng:

Dưới 1 triệu đồng                       Từ 1 – 1,5 triệu đồng

Từ 1,5 – 2 triệu đồng                       Trên 2 triệu đồng

#### B. Thông tin về tiêu thụ nấm

B1. Thị trường tiêu thụ nấm của cơ sở Ông/Bà chủ yếu là ở đâu?

- Trong nước (cho biết cụ thể theo địa phương) :.....

.....

- Xuất khẩu (cho biết cụ thể theo nước xuất khẩu) :.....

.....

B2. Loại nấm mà cơ sở thường tiêu thụ:

- Nấm rơm                                            sản phẩm: tươi  khô  chế biến  khác

- Nấm sò                                            sản phẩm: tươi  khô  chế biến  khác

- Nấm mỡ                                            sản phẩm: tươi  khô  chế biến  khác

- Nấm mộc nhĩ                                            sản phẩm: tươi  khô  chế biến  khác

### B3. Sản lượng tiêu thụ bình quân theo tháng

- Nấm rơm: tươi ..... kg; khô .....kg; chế biến .....kg; khác.....kg
- Nấm sò: tươi ..... kg; khô .....kg; chế biến.....kg; khác.....kg
- Nấm mỡ: tươi ..... kg; khô .....kg; chế biến.....kg; khác.....kg
- Nấm mộc nhĩ:tươi..... kg; khô .....kg; chế biến.....kg; khác.....kg

### B3. Giá thu tiêu thụ

- Nấm rơm:

+ Tươi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:.....VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

+ Chế biến: Giá rẻ nhất:... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:....VNĐ/kg; Giá TBt:....VNĐ/kg

- Nấm sò:

+ Tươi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:.....VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

+ Chế biến: Giá rẻ nhất:... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:....VNĐ/kg; Giá TBt:....VNĐ/kg

- Nấm mỡ:

+ Tươi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:.....VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

+ Chế biến: Giá rẻ nhất:... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:....VNĐ/kg; Giá TBt:....VNĐ/kg

- Nấm mộc nhĩ:

+ Tươi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:.....VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

+ Chế biến: Giá rẻ nhất:... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:....VNĐ/kg; Giá TBt:....VNĐ/kg

### B4. Chí phí bình quân tiêu thụ tính theo 100 kg sản phẩm

- Bao bì:..... VNĐ

- Cước vận chuyển:.....VNĐ

- Điện nước:.....VNĐ

- Vật tư tiêu hao khác:..... VNĐ

- Khấu hao TSCĐ:.....VNĐ

- Công lao động:.....VNĐ

- Thuế:.....VNĐ

- Khác:.....VNĐ

B5. Cách thức tiêu thụ

**- Trong nước:**

- + Khối lượng:
- + Loại sản phẩm tiêu thụ chủ yếu:
- + Khách hàng thường xuyên:
- + Hình thức tiêu thụ sản phẩm:

**- Xuất khẩu:**

- + Khối lượng:
- + Loại sản phẩm tiêu thụ chủ yếu:
- + Khách hàng thường xuyên:
- + Hình thức tiêu thụ sản phẩm:

**C. Những nhận xét về việc tiêu thụ nấm**

C1. Ông/Bà xin cho biết cảm nhận của mình về tình hình tiêu thụ nấm ăn trên thị trường hiện nay như thế nào?

.....  
.....  
.....

C2. Theo ông/bà xu hướng tới của ngành nghề nuôi trồng nấm sẽ như thế nào?

.....  
.....  
.....

C3. Theo ông/bà việc khó nhất trong tiêu thụ nấm hiện này là gì, lý do ?

.....  
.....  
.....

C4. Để phát triển sản xuất nấm ăn trong thời gian tới Nhà nước và địa phương hỗ trợ gì cho ngành sản xuất nấm ăn?

.....  
.....



C5. Xin Ông/Bà cho biết kế hoạch kinh doanh trong thời gian tới của cơ sở mình như thế nào?

.....  
.....  
.....

C6. Các đề xuất của ông/bà để phát triển sản xuất nấm ăn hiện nay?

.....  
.....  
.....

*Cám ơn ông/bà đã hợp tác trao đổi thông tin!*

## PHIẾU KHẢO SÁT THỰC ĐỊA

### Phụ lục 1.4: Về việc sử dụng nấm và tiêu dùng nấm ăn

Họ tên người phỏng vấn:.....

Ngày phỏng vấn: .....

#### A. Thông tin chung

A1. Tên cơ sở/hộ gia đình:.....

A2. Địa chỉ: .....

A3. Họ tên người trả lời phỏng vấn:.....

A4. Tuổi..... Giới tính:..... Trình độ văn hóa:.....

A5. Chức vụ.....

A6. Lĩnh vực hoạt động của Cơ sở/hộ gia đình:.....

#### B. Thông tin về sử dụng và tiêu dùng nấm ăn

B1. Xin Ông/Bà cho biết cơ sở/hộ gia đình có thường xuyên sử dụng nấm làm thức ăn không?

a. Có [ ]

b Không [ ]

B2. Loại nấm mà cơ sở/hộ gia đình mình thường tiêu thụ:

- Nấm rơm [ ] sản phẩm: tươi [ ] khô [ ] chế biến [ ] khác [ ]

- Nấm sò [ ] sản phẩm: tươi [ ] khô [ ] chế biến [ ] khác [ ]

- Nấm mỡ [ ] sản phẩm: tươi [ ] khô [ ] chế biến [ ] khác [ ]

- Nấm mộc nhĩ [ ] sản phẩm: tươi [ ] khô [ ] chế biến [ ] khác [ ]

B3. Số lượng nấm được dùng bình quân 1 lần

- Nấm rơm: tươi ..... kg; khô .....kg; chế biến .....kg; khác.....kg

- Nấm sò: tươi ..... kg; khô .....kg; chế biến .....kg; khác.....kg

- Nấm mỡ: tươi ..... kg; khô .....kg; chế biến .....kg; khác.....kg

- Nấm mộc nhĩ: tươi ..... kg; khô .....kg; chế biến .....kg; khác.....kg

B4. Các món ăn mà cơ sở/hộ gia đình Ông/bà thường sử dụng là:

- Nấu canh:.....

- Luộc:.....

- Xào thập cẩm:.....

- Lầu:.....

- Khác:.....

#### B4. Giá mà Ông/bà thương mua nấm về sử dụng

- Nấm rơm:

+ Tươi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:.....VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

+ Chế biến: Giá rẻ nhất:... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:....VNĐ/kg; Giá TBt:....VNĐ/kg

- Nấm sò:

+ Tươi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:.....VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

+ Chế biến: Giá rẻ nhất:... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:....VNĐ/kg; Giá TBt:....VNĐ/kg

- Nấm mỡ:

+ Tươi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:.....VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

+ Chế biến: Giá rẻ nhất:... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:....VNĐ/kg; Giá TBt:....VNĐ/kg

- Nấm mộc nhĩ:

+ Tươi: Giá rẻ nhất:.....VNĐ/kg; Giá đắt nhất: ... VNĐ/kg; Giá TBt: ...VNĐ/kg

+ Khô: Giá rẻ nhất:.... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:.....VNĐ/kg; Giá TBt:... VNĐ/kg

+ Chế biến: Giá rẻ nhất:... VNĐ/kg; Giá đắt nhất:....VNĐ/kg; Giá TBt:....VNĐ/kg

*Cám ơn ông/bà đã hợp tác trao đổi thông tin!*

**PHU LỤC 2: GIÁ THÀNH SẢN XUẤT SẢN PHẨM NĂM ĂN CỦA CÁC CƠ SỞ SẢN XUẤT NĂM 2011**  
(*Tính cho 1000 kg nguyên liệu sản xuất các loại nấm* )

Chỉ tiêu	ĐVT	Hà Nội				Ninh Bình				Hải Phòng			
		Nấm sò	Nấm mỡ	Nấm rơm	Mộc nhĩ	Nấm sò	Nấm mỡ	Nấm rơm	Mộc nhĩ	Nấm sò	Nấm mỡ	Nấm rơm	Mộc nhĩ
<b>I. Tổng chi phí sản xuất cho 1.000 nguyên liệu</b>	<b>1000 đ</b>	<b>5,310</b>	<b>4,420</b>	<b>2,381</b>	<b>4,880</b>	<b>3,500</b>	<b>2,530</b>	<b>1,286</b>	<b>3,240</b>	<b>3,550</b>	<b>2,580</b>	<b>1,336</b>	<b>3,490</b>
<b>1. Chi phí NVL</b>	<b>1000 đ</b>	<b>2,360</b>	<b>1,820</b>	<b>881</b>	<b>2,380</b>	<b>2,100</b>	<b>1,330</b>	<b>586</b>	<b>1,640</b>	<b>2,150</b>	<b>1,380</b>	<b>636</b>	<b>1,890</b>
Nguyên liệu	1000 đ	500	500	500	1,000	250	250	250	500	300	300	300	750
Giống	1000 đ	800	405	276	300	810	330	216	300	810	330	216	300
Túi nilon	1000 đ	300			300	300			250	300			250
Dây treo	1000 đ	500			250	500			200	500			200
Vôi bột	1000 đ	30	50	30	100	20	20	20	20	20	20	20	20
Đạm Ure	1000 đ		50				35				35		
Đạm Sunfat	1000 đ		160				140				140		
Bột nhẹ	1000 đ		135				105				105		
Lân	1000 đ		120				150				150		
Nilon quây đồng	1000 đ		100	50		100	100	100		100	100	100	
Đất phủ	1000 đ		250				200				200		
Bông nút	1000 đ	180			180	120			120	120			120
Năng lượng (than, củi...)	1000 đ	50	50	25	250				250				250
<b>2. Công cụ lao động</b>	<b>1000 đ</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>150</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>3. Lao động</b>	<b>1000 đ</b>	<b>2,400</b>	<b>2,000</b>	<b>1,200</b>	<b>2,000</b>	<b>1,000</b>	<b>750</b>	<b>500</b>	<b>1,250</b>	<b>1,000</b>	<b>750</b>	<b>500</b>	<b>1,250</b>
<b>4. Khấu hao TSCĐ</b>	<b>1000 đ</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>150</b>	<b>200</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>100</b>	<b>150</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>100</b>	<b>150</b>
<b>5. Chi phí khác</b>	<b>1000 đ</b>	<b>200</b>	<b>250</b>	<b>100</b>	<b>150</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>II. Năng suất bình quân</b>	<b>kg/tấn</b>	<b>650</b>	<b>250</b>	<b>150</b>	<b>800</b>	<b>665</b>	<b>225</b>	<b>125</b>	<b>811</b>	<b>658</b>	<b>253</b>	<b>157</b>	<b>812</b>
<b>III. Giá thành sản xuất</b>	<b>1000 đ</b>	<b>8.2</b>	<b>17.7</b>	<b>15.9</b>	<b>6.1</b>	<b>5.3</b>	<b>11.2</b>	<b>10.3</b>	<b>4.0</b>	<b>5.4</b>	<b>10.2</b>	<b>8.5</b>	<b>4.3</b>

## GIÁ THÀNH SẢN XUẤT SẢN PHẨM NẤM ĂN CỦA CÁC CƠ SỞ SẢN XUẤT NĂM 2011

(Tính cho 1.000 kg nấm thành phẩm các loại)

Chỉ tiêu	ĐVT	Hà Nội				Ninh Bình				Hải Phòng			
		Nấm sò	Nấm mỡ	Nấm rơm	Mộc nhĩ	Nấm sò	Nấm mỡ	Nấm rơm	Mộc nhĩ	Nấm sò	Nấm mỡ	Nấm rơm	Mộc nhĩ
<b>I. Tổng chi phí sản xuất cho 1.000 kg nấm ăn</b>	<b>1000 đ</b>	7,434	11,050	14,286	58,560	4,760	6,325	7,716	38,880	4,830	6,450	8,016	41,880
<b>1. Chi phí NVL</b>	<b>1000 đ</b>	3,304	4,550	5,286	28,560	2,800	3,325	3,516	19,680	2,870	3,450	3,816	22,680
Nguyên liệu	1000 đ	700	1,250	3,000	12,000	350	625	1,500	6,000	420	750	1,800	9,000
Giống	1000 đ	1,120	1,013	1,656	3,600	1,134	825	1,296	3,600	1,134	825	1,296	3,600
Túi nilon	1000 đ	420			3,600	420			3,000	420			3,000
Dây treo	1000 đ	700			3,000	700			2,400	700			2,400
Vôi bột	1000 đ	42	125	180	1,200	28	50	120	240	28	50	120	240
Đạm Ure	1000 đ		125				88				88		
Đạm Sunfat	1000 đ		400				350				350		
Bột nhẹ	1000 đ		338				263				263		
Lân	1000 đ		300				375				375		
Nilon quây đồng	1000 đ		250	300			250	600			250	600	
Đất phủ	1000 đ		625				500				500		
Bông nút	1000 đ	252			2,160	168			1,440	168			1,440
Năng lượng (than, củi...)	1000 đ	70	125	150	3,000	0	0	0	3,000	0	0	0	3,000
<b>2. Công cụ lao động</b>	<b>1000 đ</b>	<b>140</b>	<b>250</b>	<b>300</b>	<b>1,800</b>	<b>70</b>	<b>250</b>	<b>300</b>	<b>1,200</b>	<b>70</b>	<b>250</b>	<b>300</b>	<b>1,200</b>
<b>3. Lao động</b>	<b>1000 đ</b>	<b>3,360</b>	<b>5,000</b>	<b>7,200</b>	<b>24,000</b>	<b>1,400</b>	<b>1,875</b>	<b>3,000</b>	<b>15,000</b>	<b>1,400</b>	<b>1,875</b>	<b>3,000</b>	<b>15,000</b>
<b>4. Khấu hao TSCĐ</b>	<b>1000 đ</b>	<b>350</b>	<b>625</b>	<b>900</b>	<b>2,400</b>	<b>350</b>	<b>625</b>	<b>600</b>	<b>1,800</b>	<b>350</b>	<b>625</b>	<b>600</b>	<b>1,800</b>
<b>5. Chi phí khác</b>	<b>1000 đ</b>	<b>280</b>	<b>625</b>	<b>600</b>	<b>1,800</b>	<b>140</b>	<b>250</b>	<b>300</b>	<b>1,200</b>	<b>140</b>	<b>250</b>	<b>300</b>	<b>1,200</b>
<b>II. Giá thành sản xuất</b>	<b>1000 đ</b>	<b>7.4</b>	<b>11.1</b>	<b>14.3</b>	<b>58.6</b>	<b>4.8</b>	<b>6.3</b>	<b>7.7</b>	<b>38.9</b>	<b>4.8</b>	<b>6.5</b>	<b>8.0</b>	<b>41.9</b>

**BẢNG TỔNG HỢP GIÁ THÀNH NĂM CHẾ BIẾN ĐÓNG HỘP  
TẠI CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN NAM TIẾN NĂM 2011**

*(Tính cho 1000 kg năm đã sơ chế, giá tại thời điểm năm 2011)*

TT	Chỉ tiêu	Năm mở		Năm rom		Năm sò	
		Giá trị (1000 đ)	Cơ cấu (%)	Giá trị (1000 đ)	Cơ cấu (%)	Giá trị (1000 đ)	Cơ cấu (%)
	<b>Hệ số quy chuẩn</b>						
	Tỷ lệ năm CB/năm sơ chế		68		65		75
	Tỷ lệ năm CB đạt tiêu chuẩn		99		98		99
<b>A</b>	<b>Chi phí trung gian</b>	<b>34,452</b>	<b>96</b>	<b>31,453</b>	<b>95</b>	<b>19,452</b>	<b>93</b>
<b>I</b>	<b>Chi phí vật chất</b>	<b>33,802</b>	<b>98</b>	<b>30,803</b>	<b>98</b>	<b>18,802</b>	<b>97</b>
1	Nguyên liệu	27,000	80	24,000	78	12,000	64
2	Muối ăn	300	0.89	300	0.97	300	1.60
3	Axit Citric	350	1.04	350	1.14	350	1.86
4	Axit Ascobic	350	1.04	350	1.14	350	1.86
5	Hóa chất vi lượng	200	0.59	200	0.65	200	1.06
6	Vỏ lon	5,600	17	5,600	18	5,600	30
7	Hao hụt nguyên liệu	2.2	0.01	3	0.01	2.4	0.01
<b>II</b>	<b>Chi phí dịch vụ</b>	<b>350</b>	<b>1.02</b>	<b>350</b>	<b>1.11</b>	<b>350</b>	<b>1.80</b>
<b>III</b>	<b>Khấu hao TSCĐ</b>	<b>300</b>		<b>300</b>		<b>300</b>	
<b>B</b>	<b>Chi phí lao động</b>	<b>1,500</b>	<b>4</b>	<b>1,500</b>	<b>5</b>	<b>1,500</b>	<b>7</b>
1	Sản xuất	1,000	67	1,000	67	1,000	67
2	Chế biến	500	33	500	33	500	33
<b>C</b>	<b>Tổng chi phí</b>	<b>35,952</b>	<b>100</b>	<b>32,953</b>	<b>100</b>	<b>20,952</b>	<b>100</b>

**BẢNG TỔNG HỢP GIÁ THÀNH NĂM CHẾ BIẾN ĐÓNG HỘP  
TẠI CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN THÔNG TẤN NĂM 2011**

*(Tính cho 1000 kg năm đã sơ chế, giá tại thời điểm năm 2011)*

TT	Chỉ tiêu	Năm mở		Năm rơm		Năm sò	
		Giá trị (1000 đ)	Cơ cấu (%)	Giá trị (1000 đ)	Cơ cấu (%)	Giá trị (1000 đ)	Cơ cấu (%)
	<b>Hệ số quy chuẩn</b>						
	Tỷ lệ năm CB/năm sơ chế		68		65		75
	Tỷ lệ năm CB đạt tiêu chuẩn		99		98		99
<b>A</b>	<b>Chi phí trung gian</b>	<b>34,452</b>	<b>96</b>	<b>31,453</b>	<b>95</b>	<b>19,452</b>	<b>93</b>
<b>I</b>	<b>Chi phí vật chất</b>	<b>33,802</b>	<b>98</b>	<b>30,803</b>	<b>98</b>	<b>18,802</b>	<b>97</b>
1	Nguyên liệu	27,000	80	24,000	78	12,000	64
2	Muối ăn	300	0.89	300	0.97	300	1.60
3	Axit Citric	350	1.04	350	1.14	350	1.86
4	Axit Ascobic	350	1.04	350	1.14	350	1.86
5	Hóa chất vi lượng	200	0.59	200	0.65	200	1.06
6	Vỏ lon	5,600	17	5,600	18	5,600	30
7	Hao hụt nguyên liệu	2.2	0.01	3	0.01	2.4	0.01
<b>II</b>	<b>Chi phí dịch vụ</b>	<b>350</b>	<b>1.02</b>	<b>350</b>	<b>1.11</b>	<b>350</b>	<b>1.80</b>
<b>III</b>	<b>Khấu hao TSCĐ</b>	<b>300</b>		<b>300</b>		<b>300</b>	
<b>B</b>	<b>Chi phí lao động</b>	<b>1,500</b>	<b>4</b>	<b>1,500</b>	<b>5</b>	<b>1,500</b>	<b>7</b>
1	Sản xuất	1,000	67	1,000	67	1,000	67
2	Chế biến	500	33	500	33	500	33
<b>C</b>	<b>Tổng chi phí</b>	<b>35,952</b>	<b>100</b>	<b>32,953</b>	<b>100</b>	<b>20,952</b>	<b>100</b>

**BẢNG TỔNG HỢP GIÁ THÀNH NĂM CHẾ BIẾN ĐÓNG HỘP**  
**TẠI CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN VẠN ĐẮC PHÚC NĂM 2011**  
*(Tính cho 1000 kg năm đã sơ chế, giá tại thời điểm năm 2011)*

TT	Chỉ tiêu	Năm mỡ		Năm rơm		Năm sò	
		Giá trị (1000 đ)	Cơ cấu (%)	Giá trị (1000 đ)	Cơ cấu (%)	Giá trị (1000 đ)	Cơ cấu (%)
	<b>Hệ số quy chuẩn</b>						
	Tỷ lệ năm CB/năm sơ chế		68		65		75
	Tỷ lệ năm CB đạt tiêu chuẩn		99		98		99
<b>A</b>	<b>Chi phí trung gian</b>	<b>34,452</b>	<b>96</b>	<b>31,453</b>	<b>95</b>	<b>19,452</b>	<b>93</b>
<b>I</b>	<b>Chi phí vật chất</b>	<b>33,802</b>	<b>98</b>	<b>30,803</b>	<b>98</b>	<b>18,802</b>	<b>97</b>
1	Nguyên liệu	27,000	80	24,000	78	12,000	64
2	Muối ăn	300	0.89	300	0.97	300	1.60
3	Axit Citric	350	1.04	350	1.14	350	1.86
4	Axit Ascobic	350	1.04	350	1.14	350	1.86
5	Hóa chất vi lượng	200	0.59	200	0.65	200	1.06
6	Vỏ lon	5,600	17	5,600	18	5,600	30
7	Hao hụt nguyên liệu	2.2	0.01	3	0.01	2.4	0.01
<b>II</b>	<b>Chi phí dịch vụ</b>	<b>350</b>	<b>1.02</b>	<b>350</b>	<b>1.11</b>	<b>350</b>	<b>1.80</b>
<b>III</b>	<b>Khấu hao TSCĐ</b>	<b>300</b>		<b>300</b>		<b>300</b>	
<b>B</b>	<b>Chi phí lao động</b>	<b>1,500</b>	<b>4</b>	<b>1,500</b>	<b>5</b>	<b>1,500</b>	<b>7</b>
1	Sản xuất	1,000	67	1,000	67	1,000	67
2	Chế biến	500	33	500	33	500	33
<b>C</b>	<b>Tổng chi phí</b>	<b>35,952</b>	<b>100</b>	<b>32,953</b>	<b>100</b>	<b>20,952</b>	<b>100</b>

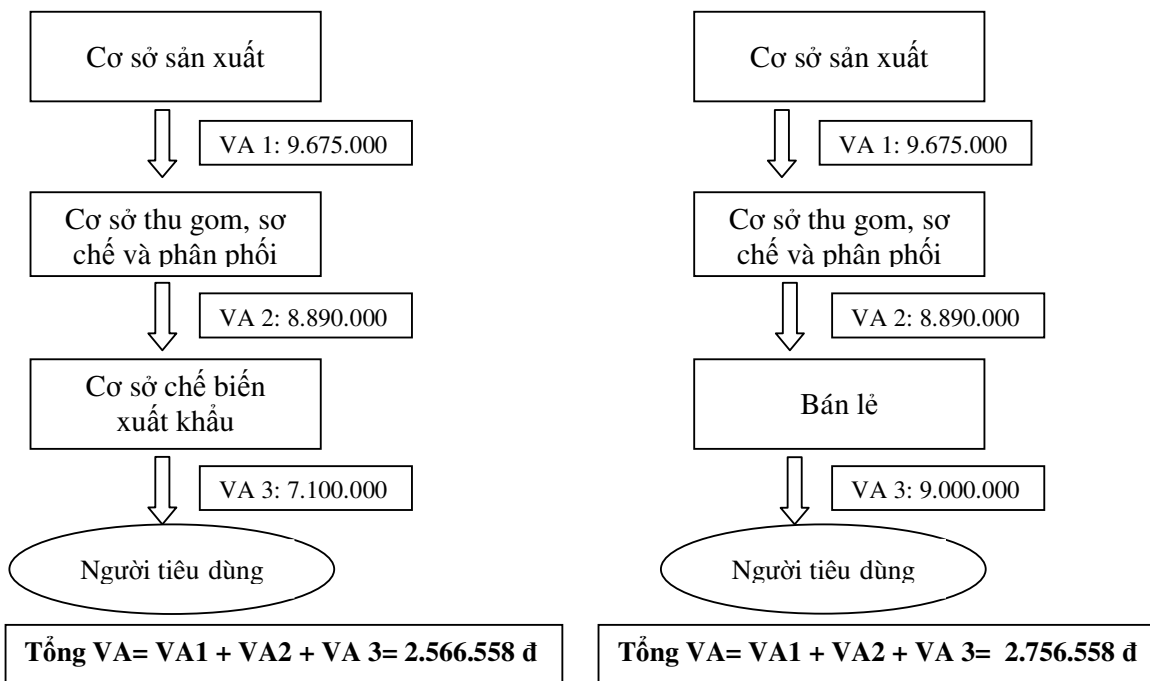


**BẢNG TỔNG HỢP GIÁ THÀNH NĂM CHẾ BIẾN ĐÓNG HỘP**  
**TẠI CÔNG TY CHẾ BIẾN THỰC PHẨM ĐỒNG GIAO NĂM 2011**  
*(Tính cho 1000 kg nắm đã sơ chế, giá tại thời điểm năm 2011)*

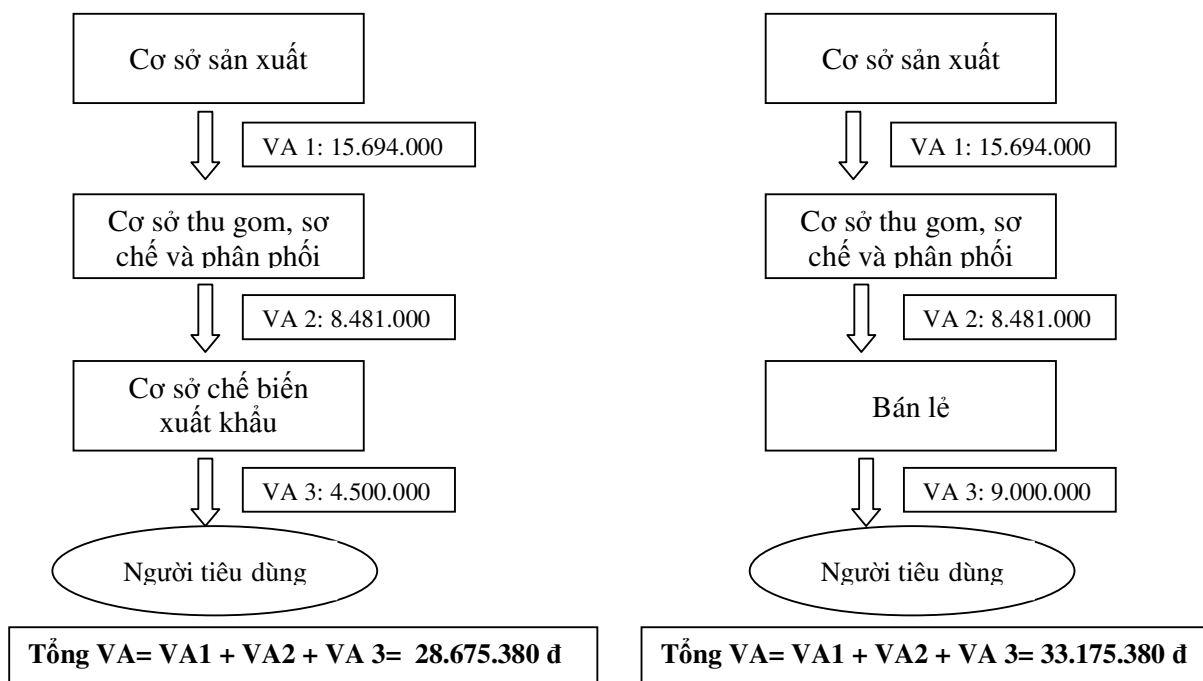
TT	Chỉ tiêu	Nắm mỡ		Nắm rom		Nắm sò		Mộc nhĩ	
		Giá trị (1000 đ)	Cơ cấu (%)	Giá trị (1000 đ)	Cơ cấu (%)	Giá trị (1000 đ)	Cơ cấu (%)	Giá trị (1000 đ)	Cơ cấu (%)
	<b>Hệ số quy chuẩn</b>								
	Tỷ lệ nắm CB/nắm sơ chế		68		65		75	95	
	Tỷ lệ nắm CB đạt tiêu chuẩn		99		98		99	95	
<b>A</b>	<b>Chi phí trung gian</b>	<b>37,150</b>	<b>96</b>	<b>34,000</b>	<b>96</b>	<b>21,400</b>	<b>93</b>	<b>91,140</b>	<b>99</b>
<b>I</b>	<b>Chi phí vật chất</b>	<b>36,500</b>	<b>98</b>	<b>33,350</b>	<b>98</b>	<b>20,750</b>	<b>97</b>	<b>90,490</b>	<b>99</b>
1	Nguyên liệu	27,000	74	24,000	72	12,000	58	82,000	91
2	Muối ăn	300	0.82	300	0.90	300	1.45		
3	Axit Citric	350	0.96	350	1.05	350	1.69		
4	Axit Ascobic	350	0.96	350	1.05	350	1.69		
5	Hóa chất vi lượng	200	0.55	200	0.60	200	0.96	250	0.28
6	Vỏ lon	5,600	15	5,600	17	5,600	27		
7	Hao hụt nguyên liệu	1,350.0	3.70	1,200	3.60	600.0	2.89	4,100	4.53
8	Bao bì, nhãn mác	1,000		1,000		1,000		2,500	
9	Chi khác	350		350		350		1,640	
<b>II</b>	<b>Chi phí dịch vụ</b>	<b>350</b>	<b>0.94</b>	<b>350</b>	<b>1.03</b>	<b>350</b>	<b>1.64</b>	<b>350</b>	<b>0.38</b>
<b>III</b>	<b>Khấu hao TSCĐ</b>	<b>300</b>		<b>300</b>		<b>300</b>		<b>300</b>	
<b>B</b>	<b>Chi phí lao động</b>	<b>1,500</b>	<b>4</b>	<b>1,500</b>	<b>4</b>	<b>1,500</b>	<b>7</b>	<b>1,200</b>	<b>1</b>
1	Sản xuất	1,000	67	1,000	67	1,000	67	1,000	83
2	Chế biến	500	33	500	33	500	33	200	17
<b>C</b>	<b>Tổng chi phí</b>	<b>38,650</b>	<b>100</b>	<b>35,500</b>	<b>100</b>	<b>22,900</b>	<b>100</b>	<b>92,340</b>	<b>100</b>

**PHỤ LỤC 3.**  
**TỔNG HỢP VA THEO KÊNH PHÂN PHỐI CỦA CÁC TÁC NHÂN**  
**CHO TỪNG SẢN PHẨM TRONG NGÀNH HÀNG NĂM ĂN**

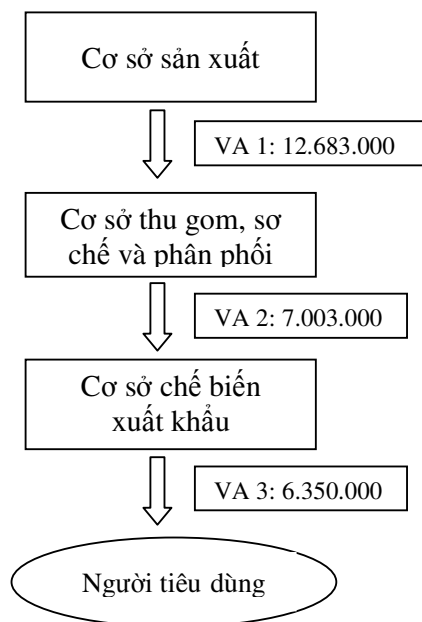
*\* Năm sò*



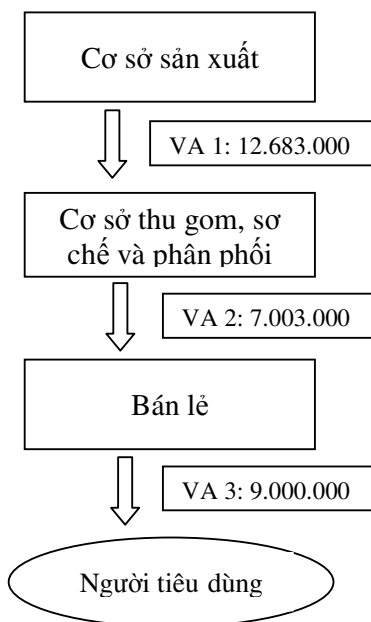
*\* Năm rom*



**\* Năm mở**

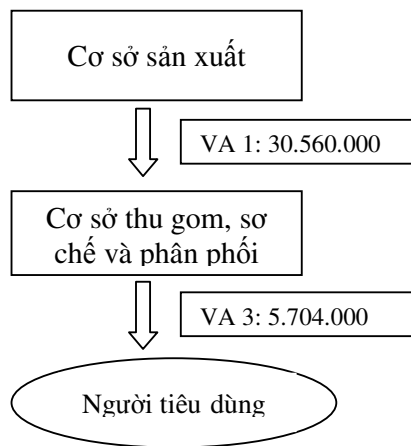


**Tổng VA= VA1 + VA2 + VA 3= 26.036.583 đ**

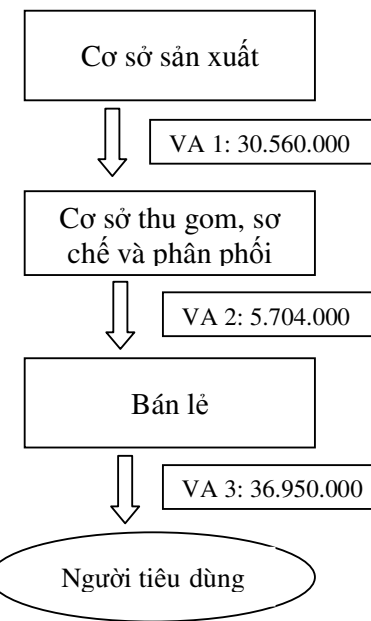


**Tổng VA= VA1 + VA2 + VA 3= 28.686.583 đ**

**\* Một nă**



**Tổng VA= VA1 + VA2 = 10.320.080 đ**



**Tổng VA= VA1 + VA2 + VA 3= 47.270.080 đ**

**Tổng hợp kết quả và hiệu quả kinh tế các tác nhân cho từng sản phẩm nấm ăn**  
(*Tính cho 1000 kg nấm, giá tính tại thời điểm năm 2011*)

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm rom				Năm mỡ				Năm sò				Mộc nhĩ			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
P	ngh.đồng	25.000	35.000	45.000	40.000	20.000	30.000	40.000	45.000	15.000	25.000	35.000	30.000	75.000	82.000	120.000	110.000
GO	ngh.đồng	25.000	35.000	45.000	40.000	20.000	30.000	40.000	45.000	15.000	25.000	35.000	30.000	75.000	82.000	120.000	110.000
IC	ngh.đồng	9.306	26.519	36.000	35.500	7.317	22.997	31.000	38.650	5.325	16.110	26.000	22.900	44.440	76.296	83.050	92.340
VA	ngh.đồng	15.694	8.481	9.000	4.500	12.683	7.003	9.000	6.350	9.675	8.890	9.000	7.100	30.560	5.704	36.950	17.660
GPr	ngh.đồng	10.894	8.023	8.450	2.650	9.392	6.643	8.450	4.500	7.435	8.390	8.450	5.250	11.160	5.068	36.350	16.110
NPr	ngh.đồng	10.194	7.573	8.000	2.350	8.767	6.343	8.000	4.200	7.085	8.090	8.000	4.950	9.160	4.718	35.900	15.810
GO/IC	lần	2,7	1,3	1,3	1,1	2,7	1,3	1,3	1,2	2,8	1,6	1,3	1,3	1,7	1,1	1,4	1,2
VA/IC	lần	1,7	0,3	0,3	0,1	1,7	0,3	0,3	0,2	1,8	0,6	0,3	0,3	0,7	0,1	0,4	0,2
NPr/IC	lần	1,1	0,3	0,2	0,1	1,2	0,3	0,3	0,1	1,3	0,5	0,3	0,2	0,2	0,1	0,4	0,2
GPr/IC	lần	1,2	0,3	0,2	0,1	1,3	0,3	0,3	0,1	1,4	0,5	0,3	0,2	0,3	0,1	0,4	0,2

**Ghi chú:**

- 1: Tác nhân các cơ sở sản xuất nấm ăn; 2: Tác nhân thu gom, sơ chế và phân phối  
3: Tác nhân hộ bán lẻ; 4: Tác nhân các cơ sở chế biến

#### **PHỤ LỤC 4**

### **HỆ THỐNG CÁC VĂN BẢN PHÁP LÝ LIÊN QUAN ĐẾN PHÁT TRIỂN NGÀNH HÀNG VÀ NGÀNH NGHỀ NÔNG NGHIỆP VÀ NÔNG THÔN**

1. Quyết định số 225/1999/QĐ-TTg ngày 10/12/1999, quyết định số 17/2006/QĐ-TTg ngày 20/1/2006 và quyết định số 2194/2009/QĐ-TTg ngày 25/12/2009 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt đề án Đề án phát triển giống cây nông, lâm nghiệp, giống vật nuôi và giống thủy sản đến năm 2020 (gọi tắt là Chương giống) trong đó có việc phát triển giống nầm chất lượng cao phục vụ nhu cầu sản xuất nầm thương phẩm trong cả nước.

2. Quyết định số 132/2000/QĐ-TTg ngày 24/11/2000 của Thủ tướng Chính phủ về một số chính sách phát triển ngành nghề nông thôn.

3. Quyết định số 132/2000/QĐ-TTg ngày 24/11/2000 về một số chính sách phát triển ngành nghề nông thôn.

4. Nghị định số 66/2006/NĐ-CP ngày 7/7/2006 của Thủ tướng Chính phủ về phát triển ngành nghề và Thông tư số 116/2006/TT-BNN ngày 18/12/2006 của Bộ Nông nghiệp & PTNT hướng dẫn thực hiện.

5. Nghị định 151/2006/NĐ-CP ngày 20/12/2006 của Chính phủ về tín dụng đầu tư và tín dụng xuất khẩu của nhà nước và Thông tư số 69/2007/TT-BTC ngày 25/6/2007 của Bộ Tài chính hướng dẫn chi tiết một số điều thực hiện Nghị định

6. Quyết định số 69/2007/QĐ-TTg ngày 18/5/2007 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Đề án phát triển công nghiệp chế biến nông, lâm sản trong công nghiệp hoá, hiện đại hoá nông nghiệp, nông thôn đến 2010 và định hướng đến năm 2020.

7. Quyết định số 52/2007/QĐ-BNN ngày 5/6/2007 phê duyệt quy hoạch phát triển rau quả và hoa cây cảnh đến năm 2010, tầm nhìn đến năm 2020.

8. Quyết định số 176/QĐ-TTg ngày 29/01/2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao đến năm 2020.

9. Nghị định 61/2010/NĐ-CP ngày 4/6/2010 của Thủ tướng Chính phủ về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn.

10. Nghị định 41/2010/NĐ-CP ngày 12/4/2010 của Chính phủ về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp nông thôn và Thông tư số 14/2010/TT-NHNN ngày 14/6/2010 của Ngân hàng Nhà nước hướng dẫn chi tiết thực hiện Nghị định.

11. Quyết định số 49/2010/QĐ-TTg ngày 19/7/2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Danh mục công nghệ cao được ưu tiên đầu tư phát triển và Danh mục sản phẩm công nghệ cao được khuyến khích phát triển.

12. Nghị định 210/2013/NĐ-CP ngày 19/12/2013 của Thủ tướng Chính phủ về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn.

## PHỤ LỤC 5

### ĐẶC ĐIỂM KINH TẾ - KỸ THUẬT CỦA NẤM ĂN

Trong hàng trăm loài nấm ăn đã được biết đến, thế giới đã đưa vào nuôi trồng nhân tạo hơn 40 loài. Trong đó có khoảng hơn 20 loài được nuôi trồng, có quy mô chiếm hơn 90% tổng sản lượng nấm của thế giới. Ở Việt Nam hiện nay chúng ta đã nuôi trồng được 16 chủng loại, trong đó có 05 loại nấm được sản xuất phổ biến với năng suất và chất lượng tương đương với các nước trong khu vực (Nguyễn Hữu Đồng và cs., 2010). Tuy nhiên, trong khuôn khổ của đề tài, chúng tôi tập trung tìm hiểu những đặc điểm kinh tế - kỹ thuật cơ bản của một số loại nấm thông dụng như: nấm rơm, nấm mỡ, nấm sò và mộc nhĩ như sau:

#### \* **Nấm mỡ**

Nấm mỡ có tên khoa học là *Agaricus bisporus*; *A. bitorquis*, *A. blazei*; tên tiếng Anh và thương mại: Button - mushroom; Champignon de Paris. Nấm mỡ thuộc chi Agaricaceae, bộ Agaricales, lớp Hymenomycetes, ngành phụ Basidiomycotina, ngành Nấm thật - Eumycota, giới Nấm - Fungi.

Nấm mỡ được nuôi trồng đầu tiên ở Pháp vào những năm 1650. Ở nước ta nói chung và vùng đồng bằng sông Hồng nói riêng, nấm mỡ được nuôi trồng vào những năm 1980 chủ yếu là loài *Agaricus bisporus*, ngoài ra còn có các chủng *A. bitorquis*, *A. blazei* có màu nâu (Trịnh Tam Kiệt, 2011).

- Nhiệt độ thích hợp trong giai đoạn hệ sợi phát triển là 24 - 25<sup>0</sup>C, giai đoạn nấm mọc cần nhiệt độ từ 15 - 18<sup>0</sup>C.

- Độ ẩm trong cơ chất (compost) từ 65 - 70%. Độ ẩm không khí > 80%.

- pH của môi trường nuôi trồng cũng như nước tưới bằng 7,0 - 8,0

- Ánh sáng: không cần thiết cả giai đoạn nuôi sợi và quả thể.

- Độ thông thoáng vừa phải nồng độ CO<sub>2</sub> < 0,1%.

- Dinh dưỡng: nấm mỡ không sử dụng Xenlulo trực tiếp mà sử dụng thức ăn là bã “mục thứ cấp” nên ta phải có quá trình xử lý nguyên liệu và phối trộn thêm các phụ gia (phân hữu cơ, phân vô cơ) để tạo môi trường thích hợp nhất cho nấm phát triển gọi là compost. Hàm lượng các chất dinh dưỡng trong compost trồng nấm

mỡ tối ưu gồm: N (đạm): 2,2 - 2,5%; P (phot pho): 1,2 - 2,5%; Ca (Can xi): 2,5 - 3,0%; Tỷ lệ: C/N là: 14 - 16/1; Lượng NH<sub>4</sub> (amoniac): < 0,1%; W (độ ẩm): 65 - 70% (Chang, 1987).

- Thời vụ nuôi trồng nấm mỡ chủ yếu trồng ở các tỉnh phía Bắc nói chung và vùng trọng điểm đồng bằng sông Hồng nói riêng. Vụ nấm kéo dài từ 1/10 năm trước tới 30/4 năm sau. Nhưng thời gian ủ rơm rạ chỉ giới hạn từ 1/10 đến 5/12 dương lịch hàng năm. Tốt nhất là ủ rơm rạ từ 5/10 đến 20/11. Nếu làm sớm hoặc làm muộn hơn sẽ gặp thời tiết không thuận lợi, dẫn đến năng suất thấp. Hiệu suất sử dụng nguyên liệu hay thường được gọi là năng suất nấm mỡ đạt trung bình 30%, có nghĩa là cứ 1 tấn rơm rạ khô đưa vào sản xuất sẽ thu được trung bình 300kg nấm mỡ tươi (Nguyễn Hữu Đống và cs., 2010).

#### \* Nấm sò

Nấm sò có tên khoa học chung là *Pleurotus.sp* thuộc chi *Pleurotus* họ *Pleurotaceae*, bộ *Agaricales*, lớp *Hymenomycetes*, ngành phụ *Basidiomycotina*, ngành Nấm thật - *Eumycota*, giới Nấm - *Fungi*. Trong đó có tới 39 loài, khác nhau về màu sắc, hình dạng chúng là những loài nấm sò tím (*P. ostreatus*), nấm sò trắng (*P. Florida*), Nấm sò nâu (*P. sajo - caju*) (Trịnh Tam Kiệt, 2011). Nấm sò có hình dạng phễu lệch, mọc thành cụm, mỗi cánh nấm gồm 3 phần: mũ, phiến, cuống với một số điều kiện sinh trưởng và phát triển như sau:

- Nhiệt độ thích hợp nhất với nấm sò:
  - + Nhóm chịu lạnh từ 13 – 20<sup>0</sup>C.
  - + Đối với nhóm chịu nhiệt độ cao từ 24 - 28<sup>0</sup>C.
- Độ ẩm cơ chất trồng nấm từ 60 - 65%, độ ẩm không khí > 80%
- Cơ chất trồng nấm và nước tưới cần pH= 6,5 - 7,0.
- Ánh sáng: Không cần thiết trong thời kỳ nuôi sợi, khi nấm hình quả thể cần ánh sáng khuếch tán (100 - 200 lux đọc sách được trong phòng).
- Độ thông thoáng: cần thiết trong giai đoạn nuôi sợi khi nấm lên thông thoáng vừa phải nồng độ CO<sub>2</sub> < 0,03%.
- Dinh dưỡng: sợi nấm sò sử dụng trực tiếp nguồn Xenlulo của cơ chất. Có



thể bổ sung thêm các chất phụ gia giàu chất đạm, khoáng trong giai đoạn xử lý nguyên liệu (Bano and Rajarathnam, 1982).

- Thời vụ sản xuất nấm sò có thể trồng quanh năm nhưng thuận lợi nhất từ tháng 9 năm trước tới tháng 4 năm sau. Năng suất nấm sò đạt trung bình 65% (Nguyễn Hữu Đống và cs., 2010).

#### **\* Nấm rơm**

Nấm rơm có tên khoa học là *Volvariella volvacea*; tên tiếng anh là Paddy straw mushroom và còn có tên khác là nấm rạ, nấm đen, thảo cô, nấm trứng. Nấm rơm thuộc họ Pluteaceae, bộ Agaricales, lớp Hymenomycetes, ngành phụ Basidiomycotina, ngành nấm thật - Eumycota, giới nấm - Fungi.

Nấm rơm có hơn 100 loài và chi, khác nhau về màu sắc có loại màu xám trắng, xám, xám đen,... kích thước, đường kính “cây nấm” lớn nhỏ tùy thuộc từng loại. Cấu tạo hình thái cây nấm gồm 3 phần: Bao gốc (Volva), cuống nấm (Stipe) và mũ nấm (pileus). Chu kỳ sinh trưởng và phát triển của nấm rơm rất nhanh chóng. Từ lúc trồng đến khi thu hoạch chỉ sau 12 - 14 ngày. Những ngày đầu sau khi cấy giống 7-8 ngày sợi nấm hình thành hạt nhỏ như hạt tằm có màu trắng (giai đoạn đỉnh ghim) 2 - 3 ngày sau lớn rất nhanh bằng hạt ngô, quả táo, quả trứng (giai đoạn hình trứng) lúc trưởng thành (giai đoạn phát tán bào tử) trông giống như một chiếc ô dù có cấu tạo thành các phân hoàn chỉnh (Trịnh Tam Kiệt, 2011).

Nấm rơm sinh trưởng và phát triển tốt nhất ở các điều kiện:

- Nhiệt độ không khí thích hợp từ 30 - 32<sup>0</sup>C.
- Độ ẩm nguyên liệu (cơ chất) 70 - 75%. Độ ẩm không khí 80%.
- pH của cơ chất = 7,0 - 7,5 (Chang, 1978).
- Thời vụ trồng nấm rơm ở miền Bắc nói chung và các tỉnh đồng bằng sông Hồng nói riêng từ 15/4 đến 15/9 hàng năm. Năng suất nấm rơm đạt trung bình 15% (Nguyễn Hữu Đống và cs., 2010).

#### **\* Nấm mộc nhĩ**

Mộc nhĩ có tên khoa học là *Auricularia* spp, tên tiếng Anh: Yew's ear; Wood Ear; Ear fungus và còn có tên khác nấm tai mèo, nấm mèo. Mộc nhĩ là tên chung để chỉ các loài nấm ăn thuộc chi *Auricularia*. Chi này thuộc họ

Auriculariaceae, bộ Auriculariales, lớp phụ Auriculariomycetidae, lớp Hymenomycetes, ngành phụ Basidiomycotina, ngành Nấm thật - Eumycota, giới Nấm – Fungi (Trịnh Tam Kiệt, 2011).

Mộc nhĩ có hàng chục loài khác nhau, phân bố khắp các châu lục trên thế giới. Mỗi loài đều có đặc điểm riêng về màu sắc, kích thước, độ dày mỏng của cánh nấm, có lông hoặc không có lông... ở Việt Nam nuôi trồng chủ yếu 2 loại: loại cánh mỏng, màu nhung (*Auricularia auricula*) và loại cánh dày, màu sẫm (*Auricularia polytricha*). Mộc nhĩ có hệ men Xenluloza rất khoẻ, nhờ đặc tính này mà chúng phát triển tốt trên các nguyên liệu giàu Xenlulo, licnhin (Cheng and TU, 1978).

- Nhiệt độ thích hợp nhất để mộc nhĩ phát triển là từ 20 - 30<sup>0</sup>C. Khi nhiệt độ lên trên 35<sup>0</sup>C hoặc xuống dưới 15<sup>0</sup>C thì mộc nhĩ phát triển kém và cho năng suất thấp. Nhiệt độ không khí cao hơn 32<sup>0</sup>C ta thường thấy mộc nhĩ thưa và cánh mỏng, cây nhỏ, mép xoắn. Còn khi nhiệt độ xuống thấp thì mộc nhĩ dày và lông dài.

- Độ ẩm trong cơ chất trồng mộc nhĩ từ 60 - 65% (như trong thân cây gỗ và mùn cưa từ cây gỗ tươi vừa xẻ). Độ ẩm không khí khu vực nuôi mộc nhĩ tốt nhất từ 90 - 95%.

- Mộc nhĩ không có diệp lục để quang hợp nhưng cũng phải điều chỉnh chế độ chiếu sáng từng giai đoạn cho phù hợp.

- Môi trường trồng mộc nhĩ thích hợp có pH từ 4 - 12, ở giai đoạn đầu ủ sợi cần môi trường axit yếu. Tới giai đoạn quả thể mọc ưa môi trường trung tính tới kiềm yếu. Năng suất nấm mộc nhĩ đạt trung bình 90% nấm tươi, tương đương với 90kg nấm mộc nhĩ khô (Nguyễn Hữu Đống và cs., 2010).

#### \* *Kỹ thuật sơ chế và bảo quản nấm ăn*

Hiện nay nấm ăn sản xuất ra ở hầu hết các địa phương của vùng đồng bằng sông Hồng được tiêu thụ dưới dạng tươi sống hoặc sơ chế biến để bảo quản được dài hơn trước khi tiêu thụ. Qua điều tra ở cơ sở thu gom, sơ chế nấm tập trung chúng tôi thấy rằng:

**Bảo quản nấm tươi:** Sau khi thu hái xong nhặt sạch sẽ và cho vào từng túi ni lông hoặc túi lưới, mỗi túi từ 0,5 đến 1 kg nấm tươi. Nấm sau khi đóng túi được bảo

quản trong thùng xốp có đá lạnh bảo quản, hộp giấy catton hoặc để thông thoáng và vận chuyển đến nơi tiêu thụ.

***Sơ chế nấm:***

- Đối với nấm sò chủ yếu là tiêu thụ tươi, phần còn lại được chế biến thành nấm khô. Tỷ lệ chế biến nấm tươi thành nấm khô đạt 10%. Một số là loại nấm đặc thù, nên chủ yếu vẫn là phơi sấy khô để bảo quản và bán dần theo nhu cầu của thị trường tiêu thụ. Quy trình sấy khô rất đơn giản, nấm sò được xé theo chiều dọc từ cuống đến mũ nấm mang phơi nắng, nếu trời mưa thì cũng phải quạt cho nấm se lại, sau đó đem sấy ở nhiệt độ 40 - 45<sup>0</sup>C. Hiện nay trong nông hộ chủ yếu sấy bằng thiết bị tự tạo (lưới) hoặc xây lò sấy theo kiểu hàng nông sản truyền thống nên chất lượng chưa tốt. Sau khi phơi sấy xong bảo quản bằng túi ni lông hai lớp để trong nhà, không có kho chứa riêng.

- Đối với nấm rơm và nấm mỡ tiêu thụ tươi và được đưa đến các Nhà máy chế biến theo nhu cầu của thị trường. Ngoài ra đối với nấm mỡ và nấm rơm sơ chế bảo quản theo hình thức muối để vận chuyển đến các Nhà máy chế biến nấm. Quy trình muối nấm đơn giản: i) Nấm sau khi thu hái xong cắt gốc nấm và rửa sạch luộc nấm từ 5 - 7 phút trong nước sôi; ii) Sau đó cho nấm vào nước lạnh, vớt nấm luộc cho vào túi ni lông, chum vại, cứ 1kg nấm cho thêm 0,2 lít dung dịch muối bão hòa, 0,3kg muối khô kèm 2,5g axit citric; iii) Sau 15 ngày nấm ổn định nồng độ muối (22%) là đạt yêu cầu.

Tóm lại, nấm ăn là loại cây trồng tương đối đặc thù trong ngành nông nghiệp với các yếu tố kỹ thuật khắt khe trong sản xuất, sản phẩm là dạng tươi sống rất khó bảo quản cần được sơ chế và chế biến ngay sau khi thu hái. Đối với các tỉnh vùng đồng bằng sông Hồng hội tụ đầy đủ các yếu tố để sản xuất được các loại nấm nói trên như: điều kiện tự nhiên, nguyên liệu sản xuất (rơm rạ, mùn cưa, bống phé loại...), mặt bằng, trình độ dân trí... Mặt khác, đầu tư ban đầu cho sản xuất nấm không lớn như các ngành nghề khác, thời gian quay vòng vốn nhanh và hiệu suất sử dụng nguyên liệu lớn (năng suất cao) nên dễ dàng được người sản xuất nhất là các nông hộ, trang trại chấp nhận đầu tư để sản xuất.