

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
MỞ ĐẦU	1
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
Chương 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN NGÀNH HÀNG NẤM ĂN	7
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

Chương 2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VỀ NGÀNH HÀNG NẤM ĂN	42
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
Chương 3 THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN NGÀNH HÀNG NẤM ĂN VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG HỒNG	64
3.1 Sơ đồ ngành hàng nấm 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 nấm 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 nấm 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 nấm 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
Chương 4 ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGÀNH HÀNG NẤM ĂN VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG HỒNG		120
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
KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ		137
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

Chữ viết tắt (tiếng Việt)	Cụm từ
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
Chữ viết tắt (tiếng Anh)	Cụm từ
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

STT	Tên bảng	Trang
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

STT	Tên biểu đồ	Trang
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