

بررسی اثر سیاست‌های اقتصادی بر تنظیم بازار چای در ایران

داود چراغی

(عضو هیأت علمی مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی)

davoodcheraghi@yahoo.com

سمانه قلی‌پور

(پژوهشگر مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی)

samanegholipour@yahoo.com

چکیده

ایران یکی از کشورهای عمده تولیدکننده و مصرف‌کننده چای می‌باشد که بخش اعظم نیاز مصرفی را از بازارهای جهانی تأمین می‌نماید. به طوری که در سال ۲۰۰۵ سهم مصرف چای ایران از مصرف جهانی ۳/۳ درصد بوده در حالی که فقط ۱/۴ درصد از تولید جهانی را داشته است. در این مطالعه ضمن مروری مختصر بر سیاست‌های تنظیم بازار چای در ایران در سال‌های اخیر آنها با سیاست‌های اتخاذی در سایر کشورها برای تنظیم بازار این کالای مهم و اساسی مقایسه و بررسی شده است. در این مطالعه همچنین به صورت تحلیلی اثر سیاست‌های به کار گرفته شده برای تنظیم بازار این نوشیدنی خانوار بر روند تولید، مصرف، تجارت و قیمت چای در سال‌های اخیر مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین با توجه به روند متغیرهای فوق، عمده‌ترین چالش‌های بازار این کالا که موجب افزایش مصرف چای خارجی، علی‌رغم افزایش تولید داخلی در برخی

سال‌ها، کاهش مصرف چای داخلی در خانوارهای شهری و روستایی جمع‌بندی و ارائه شده است. در نهایت در بخش پایانی این مقاله عمدتاً راهکارها برای بهبود وضعیت تولید، تجارت و مصرف این محصول مهم در کشور در قالب توصیه‌های سیاستی ارائه گردیده است.

مقدمه

چای از جمله قدیمی‌ترین و پرمصرف‌ترین نوشیدنی‌های دنیا به شمار می‌رود. مصرف این نوشیدنی به عنوان یکی از مواد خوراکی، جایگاه خود را در بودجه خانوارها در بسیاری از کشورهای جهان تثبیت نموده است. در ایران نیز مصرف چای از دیرباز در سطوح مختلف اجتماعی رواج داشته است. آب، تانن، کافئین (تئین)، اسانس‌های روغن، آلبومین، قند پکتین و خاکستر ترکیبات اساسی برگ چای می‌باشند. چای علاوه بر کافئین دارای مقداری پروتئین و هیدرات‌های کربن است. علاوه بر این،

عدم لحاظ کیفیت در تولید چای داخلی، عمده چای مصرفی مردم از محل واردات، آن هم به صورت قاچاق و غیرقانونی تأمین شده است. این موضوع در حالی صورت گرفته، که متأسفانه استانداردهای لازم و بهداشتی در فرآیند انتقال، نگهداری، فرآوری و بسته‌بندی چای وارداتی قاچاق، رعایت نشده و حتی در برخی موارد اذعان می‌شود که، چای نامرغوب داخلی را در کشورهای همجوار با اضافه نمودن رنگ و اسانس در بسته‌بندی با مارک‌های معروف به نام چای وارداتی مرغوب به قیمت بالایی در بازار داخلی عرضه می‌نمودند. حال با توجه به موارد فوق می‌توان اذعان داشت که نظام تهیه، تدارک و توزیع چای در ایران با مشکلات زیادی روبه‌رو است که برای برون‌رفت از این وضعیت لازم است دولت از طریق سیاست‌های مناسب تنظیم بازار اقدام نماید.

با توجه به مشکلات فراوانی که در فرآیند تولید، تجارت و مصرف چای داخلی پیرو اتخاذ سیاست‌های نامناسب تنظیم بازار از سال‌های گذشته در ایران بوجود آمده و تاکنون نیز ادامه داشته، در این مطالعه سیاست‌های به کار گرفته شده برای این منظور بررسی شده است. از سوی دیگر برای شناخت بیشتر سیاست‌های به کار گرفته شده در تنظیم بازار در دیگر کشورها، سیاست‌های اعمال شده در این کشورها نیز به صورت اجمالی مورد بررسی قرار گرفته شده است. بررسی آثار سیاست‌های اقتصادی به کار گرفته شده توسط دولت در سال‌های اخیر برای تنظیم بازار چای از جنبه‌های مختلف سرمایه‌گذاری، تولید، مصرف، قیمت، صادرات، واردات، بازارهای موازی و بودجه دولت در سطح ملی از قسمت‌های دیگر مورد بررسی در این مطالعه می‌باشد.

۱. مروری بر تاریخچه حمایت از بخش کشاورزی در ایران

حمایت از بخش کشاورزی در ایران از اواسط سال ۱۳۴۰ پس از اجرای برنامه اصلاحات ارضی اگرچه به صورت توزیع ارزان قیمت نهاده‌های مورد نیاز زارعین از قبیل کود، سم و نظایر آن آغاز شد، لیکن قانون معینی که نشان از رسمیت چنین حمایتی داشته باشد، نگاشته نشده بود. در همین سال‌ها دولت بر بازار محصولات کشاورزی نظارت داشته و به ویژه در مواقع

چای دارای ویتامین‌های متعددی از گروه B شامل ویتامین B1 و B2 و اسید فولیک و اسید پانتوتینیک و نیز مقدار قابل ملاحظه‌ای ویتامین P (نیاسین) می‌باشد. علاوه بر مصرف چای به عنوان یکی از کالاهایی که در الگوی مصرفی مردم جایگاه ویژه‌ای دارد، کشاورزان تولیدکننده برگ سبز و صنایع مرتبط با نگهداری، بسته‌بندی، فرآوری و توزیع آن نقش مهمی در ایجاد ارزش افزوده، اشتغال و تجارت کشورهای تولیدکننده و مصرف‌کننده درگیر با آن ایفا می‌نمایند.

حال با عنایت به اهمیت چای در کشور و نقش مهم آن در الگوی مصرف از یک طرف و تأثیر آن بر تولید و تجارت کشور از طرف دیگر در این تحقیق به صورت اجمالی و مختصر تنظیم بازار چای مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرد. لازم به ذکر است تولید چای در ایران با توجه به هدف دولت برای خودکفایی در تولید این محصول در اواخر دهه ۱۳۶۰، از اوایل دهه ۱۳۷۰ از رشد بالایی برخوردار گردید، این موضوع با کم‌رنگ شدن کیفیت نسبت به کمیت در تولید برگ سبز، فرآوری و بسته‌بندی و عرضه چای گسترش یافت، بدین ترتیب با عرضه تولیدات حاصل از این طرح، کاهش شدید خرید و مصرف چای تولید داخل (با توجه به کیفیت پایین و نامناسب آن) توسط مصرف‌کنندگان مشاهده شد. در نتیجه با توجه به سیاست‌گذاری اشتباه، برای ادامه تولید چای در سطح گسترده آن سال‌ها، نیاز به تخصیص مبالغ بیشتر یارانه و تسهیلات بانکی بود. چرا که هر سال چای بیشتری تولید و فرآوری می‌گردید اما توجه به عدم استقبال مردم در خرید آنها، تنها بر موجودی انبارها اضافه و مقدار کمی از چای تولیدی از طریق توزیع کالابریگی و توزیع به ادارات و تعاونی‌های دولتی به فروش می‌رسید. بر این اساس با حذف کیفیت در نظام تهیه، تدارک و توزیع چای داخلی، عدم توجه کشاورزان به سرمایه‌گذاری برای بهبود مزارع چای و در نتیجه پیر شدن باغات چای را موجب شده است. قابل ذکر است همان‌گونه که سیاست‌های دولت موجب عدم توجه باغداران به سرمایه‌گذاری برای اصلاح و بازپروری باغات چای به مسأله بازسازی و نوسازی تجهیزات و استفاده از فن‌آوری‌های قدیمی و مستهلک، در فرآوری و خشک نمودن چای سیاه گردید و در کل وضعیت صنایع و کارخانجات فرآوری چای نیز همانند باغات و مزارع چای، مستهلک و فرسوده گردید.

برعکس روند تولید چای مرغوب داخلی، روند مصرف چای در سال‌های گذشته در میان خانوارها افزایش یافت که با توجه به

۲. سیاست‌های تنظیم بازار در کشورهای مختلف

بر اساس مطالعات متعدد در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه مجموعه متنوعی از سیاست‌ها، برای تنظیم بازار به کار گرفته می‌شود. این سیاست‌ها با توجه به اهمیت کالاهای مورد حمایت، وضعیت بازار جهانی و داخلی آن کالا متفاوت است. برای مثال در کشورهای ژاپن، تایوان و اندونزی که برنج در سبد غذایی خانوارها و به علاوه در بخش کشاورزی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، سیاست‌های گوناگون قیمتی و غیرقیمتی را برای تنظیم بازار این محصول مهم به کار می‌گیرند، قابل ذکر است در سال‌های اخیر در کشورهای توسعه یافته دامنه سیاست‌های قیمتی به ویژه به دلیل عضویت آن‌ها در سازمان جهانی تجارت کم‌رنگ‌تر شده و بیشتر به دنبال سیاست‌های تنظیمی غیرقیمتی می‌باشند. در هر حال برخی از سیاست‌های به کار گرفته شده برای تنظیم بازار در کشورهای مختلف را در سال‌های اخیر در ادامه بررسی می‌شود. در کشور ژاپن تثبیت قیمت با یک قیمت توافقی، حداقل قیمت تضمینی، پرداخت جبرانی و سیاست صندوق تثبیت به کار گرفته می‌شود. در کره جنوبی سیاست خرید محصولات اصلی کشاورزی، تثبیت قیمت، ذخایر احتیاطی و پرداخت جبرانی استفاده شده است. در کشور اسلواکی دخالت دولت برای خرید بر اساس قیمت مداخله‌ای، فروش کالاهای مورد نیاز از طریق کالاهای خریداری شده، تنظیم کمی تولید، بازاریابی و مصرف مهم‌ترین سیاست‌های تنظیم بازار بوده است.

به طور کلی بررسی سیاست‌های تنظیم بازار در کشورهای مختلف نشان می‌دهد که نوع سیستم و روش حمایتی و مداخله‌ای در سال‌های اخیر در اکثر کشورها تغییر یافته و از حمایت قیمتی به سوی حمایت درآمدی و از حمایت مستقیم به سمت حمایت‌های جبرانی تغییر یافته و یا در حال تغییر است، اما در مجموع سیاست‌های کشاورزی و نحوه دخالت دولت در بازار این کشورها به صورت مستقیم و در راستای تنظیم بازار داخلی بوده است. قابل ذکر است در سال‌های اخیر تمرکز بسیاری از کشورها در تنظیم بازار روی تجاری نمودن کشاورزی و تلاش برای دستیابی هر چه بیشتر به بازار جهانی می‌باشد. به علاوه جدی‌تر شدن مسائلی مثل رعایت اصول کشاورزی پایدار در تولید، مصرف، امنیت و سلامت غذایی نیز مسیر تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌ها را تغییر داده است. همچنین پدیده‌هایی مانند آزادسازی بازار محصولات کشاورزی در نقاط مختلف جهان به

بحرانی در روند خرید و فروش گندم و توزیع آرد آن برای تأمین نان مردم دخالت می‌نمود. همچنین به منظور حمایت از تولیدکنندگان بخش کشاورزی و مصرف‌کنندگان این محصولات، اقدام به تأسیس ارگان‌هایی برای جمع‌آوری، بسته‌بندی و عرضه بعضی از محصولات کشاورزی به منظور تضمین و تثبیت قیمت‌های خرید نمود که این سازمان‌ها شامل سازمان مرکزی تعاون روستایی، اتاق اصناف، شورای عالی تضمین حداقل قیمت محصولات کشاورزی و دامی، مرکز بررسی قیمت‌ها و سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان بود که اکثر این سازمان‌ها تاکنون اقدام به ادامه گسترش وظایف محوله می‌نمایند و به نوعی می‌توان دهه ۱۳۴۰ را سرآغاز ایجاد سازمان‌های بزرگ انجام سیاست‌های تنظیم بازار بخش کشاورزی ایران در نظر گرفت. بعد از انقلاب اسلامی تا سال ۱۳۶۸ به دلیل وقوع جنگ تحمیلی، سیاست‌های جدیدی برای حمایت از بخش کشاورزی به کار گرفته نشد، تا این که از سال ۱۳۶۸ با تصویب قانون تضمین خرید محصولات اساسی زراعی (شامل گندم، جو، ذرت دانه‌ای، برنج، چغندر قند، پنبه و ش، سیب‌زمینی، پیاز، حبوبات و دانه‌های روغنی) حمایت دولت، شکلی قانونمند یافت و بدین ترتیب با به کارگیری ابزار حمایتی قیمت تضمینی در کنار پرداخت یارانه به نهاده‌ها پیگیری شد. در سال ۱۳۷۲ با اصلاح قانون مذکور برخی محصولات باغی نظیر سیب، کشمش، خرما، انجیر، مرکبات و برگه زردآلو تحت پوشش سیاست تضمین خرید قرار گرفت.

با شروع برنامه تعدیل و آزادسازی اقتصادی، قیمت نهاده‌های مورد نیاز کشاورزان به طور گسترده‌ای افزایش یافت و علیرغم پرداخت یارانه به این نهاده‌ها، به دلیل کنترل قیمت محصولات کشاورزی توسط دولت در آن سال‌ها، در واقع به جای حمایت، کشاورزان پرداخت مالیات پنهان را نیز متحمل شدند. به‌طور کلی در قوانین برنامه‌های دوم، سوم و چهارم توسعه اقتصادی کشور، تداوم پرداخت یارانه به نهاده‌های انواع کود، سم و بذر اصلاح شده، تأکید شده است. ضمن آنکه دولت از طریق بیمه محصولات، پرداخت تسهیلات با نرخ سود حمایت شده، همچنین پرداخت خسارت به کشاورزان در صورت وارد آمدن خسارت‌های مختلف و خرید تضمینی برخی از محصولات مد نظر اعمال حمایت نموده است.

عنوان پیش شرط جهانی شدن، دولت‌ها را وادار به اعمال سیاست‌های جدید و کمرنگ کردن دخالت دولت در بازار محصولات کشاورزی نموده است. بر این اساس این کشورها به سمت بهینه نمودن مصرف منابع، بهبود ارزش افزوده کشاورزی، تحقیق و توسعه، تشویق بخش خصوصی و آزادسازی کشاورزی و اصلاح ساختار و در نهایت توسعه بازاریابی حرکت کرده‌اند.

۲-۱. سیاست‌های تنظیم بازار چای در هند

چای از جمله محصولات مهم کشاورزی و صنعتی هندوستان است که اقتصاد بسیاری از ایالت‌های این کشور به کشت این محصول وابسته است، اما این محصول نه تنها نقش مهمی در توسعه کشاورزی و صنعتی این کشور ایفا می‌کند، بلکه از طریق صادرات نیز یکی از منابع مهم ارزی این کشور است. به علاوه نظام تهیه، تدارک و توزیع چای به طور مستقیم و غیرمستقیم اشتغال تعداد زیادی از شاغلین این کشور را ایجاد نموده است، از این رو هرگونه نوسان یا کاهش قیمت این محصول در سال‌های اخیر بخش کشاورزی این کشور را با بحران‌های بزرگی مواجه نموده است. این موضوع به ویژه زمانی تشدید شد که اقتصاد هندوستان با اقتصاد جهانی دارای تعاملات بیشتری گردید، زیرا در سال ۲۰۰۱ دولت این کشور محدودیت‌های مقداری بر واردات را که عاملی برای جلوگیری از کاهش قیمت‌ها این محصولات بود، حذف نمود. این تحولات موجب شد که دولت به دنبال سیاست‌هایی برای حمایت از کشاورزان این محصول باشد و بر این اساس صندوق تثبیت قیمت را ایجاد نمود که این صندوق در سه حالت اقدام به کمک به کشاورزان می‌نماید.

۲-۱-۱. برنامه تثبیت قیمت [۱] (PSF)

در این حالت، متوسط قیمت جهانی در هفت سال با قیمت‌های داخلی مقایسه می‌شود. بر اساس پیچیدگی بازار این کالاها و به علاوه آسان نمودن مراحل اجرایی، اعضای کمیته برنامه تثبیت قیمت، تصمیم می‌گیرند زمانی که دامنه نوسانات قیمت داخلی ۲۰ درصد باشد، در بازار دخالت نکنند. بنابراین اگر دامنه بالا و پایین تغییرات قیمت‌ها در بلندمدت در ۲۰ درصد قیمت اولیه ثابت بماند، مداخله‌ای برای جبران ضرر و زیان کشاورزان صورت نمی‌گیرد. در حالتی که اختلاف بین قیمت داخلی و قیمت جهانی بیش از ۲۰ درصد باشد، دولت می‌باید از

طریق این صندوق به کشاورزان کمک نماید. همچنین اگر در پنج سال کمکی از جانب صندوق به کشاورزان صورت نگیرد و از سوی دیگر مقدار اعتبارات کافی در صندوق وجود داشته باشد، کمیته باید به کشاورزان کمک نماید. کمک به کشاورزان یا بر اساس مقدار تولید طی سه سال گذشته یا بر اساس عملکرد منطقه صورت می‌گیرد.

۲-۱-۲. برنامه اصلاح شده صندوق تثبیت قیمت [۲] (MPSF)

یکی از مشکلات روش «برنامه تثبیت قیمت (PSF)» فقدان چارچوب محکم اجرایی است. زیرا دریافت کمک از کشاورزان برای صندوق زمانی که قیمت‌ها بالا باشد، مشکل است. به علاوه کمک کشاورزان به صندوق در سال‌هایی که سودآوری وجود دارد برای ثبات کار صندوق حایز اهمیت است و اگر به هر دلیلی کمک‌ها کاهش پیدا کنند، صندوق توانایی تثبیت نخواهد داشت.

یک راه‌حل این مسأله، اطمینان بخشیدن به کشاورزان برای پرداخت سهم خود در هر سال برای سال بعد، این است که دولت متعهد شود در سال‌هایی که قیمت‌ها پایین‌تر از دامنه پایینی باشد، به کشاورزان مابه‌التفاوت را پرداخت نماید. این توافق، در عمل مشکل و ممکن است برای کشاورزان مطلوب نباشد، مگر این که انگیزه‌هایی برای آن‌ها به شکل برگشت کمک‌ها از جانب دولت فراهم شود. با در نظر گرفتن این جنبه، شکل اصلاح شده صندوق تثبیت به وسیله دست‌اندرکاران آن ایجاد گردید.

این سیاست تنها برای کشاورزان کوچک (دارای زمین‌های کشاورزی چهار هکتار و کمتر) به کار می‌رود. بنابراین سطح پوشش این صندوق کمتر شده و تعداد کمتری از کشاورزان این کشور را شامل می‌شود. برای این کار هر کشاورز باید، ۵۰۰ روپیه که قابل برگشت نیست به عنوان هزینه ورود به صندوق پرداخت نماید. در سال‌های عادی زمانی که قیمت‌های بازاری بالاتر از دامنه قیمت‌ها است، هر کشاورز باید ۵۰۰ روپیه در این حساب ذخیره کند. از سوی دیگر دولت از بهره حاصل از درآمدهای این صندوق هر سال تا ۵۰۰ روپیه به حساب هر کشاورز واریز می‌کند. کل کمک دولت به همه کشاورزان از درآمد حاصل از صندوق در آن سال بیشتر نخواهد بود. زمانی که قیمت‌های بازاری بیشتر از دامنه بالایی قیمت‌های تعیین شده در هفت سال باشد، سهم کشاورزان حداقل به ۱۰۰۰ روپیه یا هر مقدار بیشتر

۱-۳-۲. سیاست قیمت خرید دولتی [۳]

یکی از سیاست‌های تنظیم بازار محصولات کشاورزی از جمله چای در چین، سیاست قیمت خرید تضمینی دولتی است که با توجه به هزینه‌های عوامل تولید کشاورزی و اهداف دولت این کشور در افزایش تولید یا مصرف کالاها، هر ساله قیمت مشخصی برای خرید تضمینی آن کالاها در نظر گرفته می‌شود.

۲-۳-۲. سیستم خرید قراردادی دولت

سیستم خرید کنتراستی از جمله سیاست‌های حمایتی دولت چین برای محصولات کشاورزی است که از سال ۱۹۸۵ به کار گرفته شد. این سیستم هم در برگیرنده سهمیه مقداری و هم کنتراستی می‌باشد. در این سیاست دولت در قبال دریافت محصول، نهاده‌های یارانه‌دار به کشاورزان ارائه می‌دهد.

۴-۲. سیاست‌های تنظیم بازار چای در کشور نپال

سیاست حداقل قیمت برای محصولات اصلی، یارانه حمل و نقل و قیمت کود شیمیایی، یارانه قیمت بذر و سایر نهاده‌ها مانند اعطای وام‌های کم‌بهره برای محصولات از قبیل چای و قهوه، سبزیجات و فرآورده‌های دامی از جمله مهم‌ترین سیاست‌های تنظیم بازار اعمال شده در این کشور می‌باشد.

۳. مروری اجمالی بر سیاست‌های تنظیم بازار

چای در ایران

در ایران بر اساس اصل ۴۴ قانون اساسی که فعالیت‌های اقتصادی را به سه دسته دولتی، تعاونی و خصوصی تقسیم می‌کند، دولت به عنوان یک عامل اجرایی نقش مهمی را در تنظیم و هماهنگی توزیع و بازاریابی کالاها در کشور ایفا می‌کند. این بخش از یک سو توزیع‌کننده یارانه بوده و از سوی دیگر به عنوان ناظر و کنترل‌کننده، چارچوب‌ها و قوانین را تعیین می‌کند.

تا زمان تشکیل سازمان چای در سال ۱۳۳۷ بازار چای وضعیت مشخصی نداشت. بر اساس منابع موجود در این سال‌ها دولت با نام شرکت چای وزارت دارایی و شرکت چای سازمان برنامه و بودجه نوعی مباشرت در تولید چای داشت. خرید چای ضوابط خاصی نداشته به طوری که در هنگام تراکم برگ سبز، قیمت به شدت کاهش می‌یافت. [۴]

که مایل باشد، افزایش پیدا می‌کند، در این وضعیت دولت نیز کمکی به این حساب نمی‌نماید، اما وقتی که قیمت‌ها کمتر از دامنه پایینی باشد، کمک کشاورز به صندوق قطع و تنها دولت از محل سود بهره صندوق تا سقف ۱۰۰۰ روپیه به حساب هر کشاورز واریز می‌نماید. به‌طور کلی هیچ حدی برای مقدار سپرده‌گذاری کشاورزان در این صندوق وجود ندارد، اما کمک دولت محدود و به سود حاصل از بهره صندوق بستگی دارد. کمک دولت به هر حساب در آخر سال مالی و بعد از این که مطمئن شد که کشاورز سهم خود را به حساب واریز نموده، صورت می‌گیرد. از سوی دیگر کشاورز حق برداشت از حساب خود را ندارد و در غیر این صورت تعهدش را قبل از تاریخ شکسته است. در سال‌هایی که قیمت‌ها ثابت بمانند، کشاورزان حق برداشت از حساب را ندارند، ولی اگر قیمت‌ها کاهش پیدا کرد به کشاورز اجازه داده می‌شود که تا ۱۰۰۰ روپیه در سال مالی از حساب برداشت نماید. در حالتی که کشاورز در انجام تعهدات خود کوتاهی نماید، کمکی از جانب دولت نمی‌شود و اگر در دو سال متوالی کشاورز در پرداخت هزینه کوتاهی نماید، حق استفاده از حساب را نخواهد داشت و عضویت او در برنامه ملغی و کمک کشاورز به حسابش (با کسر هزینه‌های اجرایی) برگشت داده و کمک دولت نیز از صندوق برداشته می‌شود.

۲-۲. سیاست‌های تنظیم بازار در کشور سریلانکا

سیاست قیمت‌گذاری در این کشور به دلیل اثراتی که بر توزیع درآمد، مصرف و تولید کالاها و در نهایت توسعه اقتصاد کشور دارد، از اهمیت زیادی برخوردار است. در راستای این اهداف، اهم سیاست‌های تنظیم بازار چای اعمال شده، سیاست‌های حمایت قیمت برای تولیدکنندگان است که شامل سیاست قیمت تضمینی و قیمت کف است. اعمال سیاست‌های قیمت حمایتی در راستای تثبیت قیمت و در جهت کاهش هزینه‌های زندگی و ایجاد انگیزه‌های لازم برای تولیدکنندگان این محصول صورت می‌گیرد.

۳-۲. سیاست‌های تنظیم بازار در کشور چین

سیاست داخلی چین ترکیبی از سیاست اقتصاد برنامه‌ریزی شده و اقتصاد آزاد است. در اغلب محصولات نوعی از کنترل دولتی در بیشتر بازارها به چشم می‌خورد. قابل ذکر است در دهه‌های اخیر سیاست‌های کشاورزی چین دچار دگرگونی‌های فراوانی شده است.

پس از تأسیس سازمان چای با هدف رسیدگی به امور کشت، صنعت و بازرگانی چای در وزارت گمرکات، استانداردهایی برای برگ سبز تعریف شد و کارخانجات برای خشک کردن برگ سبز چای با دولت قرارداد بستند. این سازمان در سال ۱۳۴۰ به وزارت دارایی و در سال ۱۳۴۶ به وزارت تولیدات کشاورزی و مواد مصرفی و در سال ۱۳۴۷ به صورت شرکت سهامی چای ایران به وزارت تعاون و امور روستاها انتقال یافت. در سال ۱۳۵۳، سازمان چای با سازمان‌های غله و قند و شکر ادغام شده و به وزارت بازرگانی پیوستند. این سازمان‌ها مجدداً در سال ۱۳۵۸ از یکدیگر منتزع شده و از سال ۱۳۶۹ بخش کشاورزی سازمان چای به وزارت کشاورزی منتقل شد و بخش بازرگانی چای در وزارت بازرگانی باقی ماند. در طی این سال‌ها فعالیت‌های مربوط به واردات و صادرات و بازرگانی چای به عهده وزارت بازرگانی و فعالیت‌های مربوط به تولید داخلی به عهده سازمان چای بود. واردات چای نیز از سال ۱۳۵۹ برای بخش خصوصی ممنوع اعلام گردید.

از زمان تشکیل سازمان چای، عمده‌ترین رویکرد سیاست‌های دولتی تحت کنترل در آوردن بازار چای داخلی از طریق خرید انحصاری برگ سبز و فرآوری آن و سپس اختلاط با چای خارجی و توزیع آن بوده است. این سیاست در سال‌های بعد از انقلاب نیز با تغییرات اندکی دنبال شد. هر چند که بر اساس گزارشات موجود به دلیل انحصاری بودن خرید و فقدان کنترل و نظارت کافی، کیفیت چای استحصالی رو به افول نهاد.

در سال ۱۳۷۱ کلیه امور چای کشور (بازرگانی، صنعت، کشاورزی و امور پژوهشی) در سازمان چای متمرکز شد. اما در سال ۱۳۷۹ در جهت لغو انحصار دولتی، چای از فهرست کالاهای تحت پوشش سید حمایتی خارج شده و کلیه امور مربوط به خرید برگ سبز، فرآوری و بازرگانی چای به کارخانجات چای واگذار گردید و سازمان چای فقط نقش پژوهشی، نظارت و اجرای سیاست‌های خصوصی‌سازی را برعهده گرفت. در پی سیاست خصوصی‌سازی در ساختار اقتصاد کشور، مجلس شورای اسلامی در برنامه سوم توسعه (۱۳۷۹-۸۳) دولت را موظف به ارائه تمهیداتی جهت خصوصی‌سازی صنعت چای داخلی نمود. متعاقب با تصویب این قانون، هیأت وزیران آیین‌نامه اجرایی خصوصی‌سازی صنعت چای را تصویب کرد. در این برنامه مقرر شد تا دولت نقدینگی مورد نیاز کارخانجات را در قالب وام

در اختیار کارخانجات قرار دهد و در صورت عدم موفقیت کارخانجات در فروش محصول آن را به قیمت کارشناسی خریداری کند. همچنین مقرر شد خرید برگ سبز از کشاورزان براساس قیمت توافقی صورت گیرد. البته قیمت پایه و درجات برگ سبز توسط کمیته ناظر تعیین شود. در ضمن دولت مکلف می‌شود از ورود چای بدون مجوز به کشور جلوگیری کرده و براساس مجوز و تأیید کمیته ناظر کمبود بازار را از طریق واردات جبران نماید.

در راستای برنامه فوق شورایی مرکب از سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، وزارت صنایع، وزارت کشاورزی، وزارت تعاون و سایر دستگاه‌های ذیربط موظف به تهیه «طرح اصلاح ساختار تشکیلاتی چای» شدند. این طرح می‌بایست به گونه‌ای طراحی و اجرا شود که در پایان دوره ۵ ساله اجرا دولت حداقل میزان دخالت را در صنعت چای داشته باشد.

در نهایت در سال ۱۳۸۳ به دنبال شکست سیاست خصوصی‌سازی صنعت چای، سازمان چای منحل اعلام شد و از آغاز سال ۱۳۸۴ سیاست خصوصی‌سازی صنعت چای متوقف شده و خرید تضمینی چای تحت نظر سازمان تعاون روستایی آغاز شد.

خرید برگ سبز چای در سال‌های ۱۳۸۴ و ۱۳۸۵ با نرخ‌های تضمینی اعلام شده از سوی سازمان تعاون روستایی انجام شد. در سال ۱۳۸۵ هیأت وزیران کلیات طرح اصلاح، نوسازی و مکانیزاسیون باغات چای را به وزارتخانه‌های جهاد کشاورزی، بازرگانی، صنایع و معادن و سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و بانک مرکزی ابلاغ کرد. بر اساس این طرح وزارت کشاورزی متولی اصلاح و نوسازی باغات چای شد و مقرر شد تا از سال ۱۳۸۶ تعاونی‌های چایکاران با عضویت همه چایکاران تشکیل شده و کلیه وظایف خرید برگ سبز چای، عمل‌آوری و تبدیل چای خشک، بازاریابی چای داخلی و واردات چای خارجی را برعهده بگیرد.

تشکیل بورس چای، روشن شدن تکلیف چای‌های سنواتی و قوانین مربوط به واردات چای خشک و پرداخت تسهیلات جهت احیای باغات چای نیز از دیگر مفاد این طرح است.

جدول ۱- شرایط تسهیلات اعطایی بابت اصلاح و نوسازی باغات چای

موضوع تسهیلات	مبلغ تسهیلات در هکتار (هزار ریال)	شرایط واگذاری	نرخ بهره	مدت خواب (سال)	مدت بازپرداخت (سال)
هرس کمبر	۱۴۰۰۰	۵۰ درصد در آغاز و بقیه با پیشرفت کار	بدون بهره	۳	۵
هرس کمر بر	۵۰۰۰	۵۰ درصد در آغاز و بقیه با پیشرفت کار	بدون بهره	۲	۴
خرید ماشین‌آلات و تجهیزات	۴۰۰۰	به صورت یکجا	بدون بهره	۱	۳
نگهداری و تغذیه باغات	۱۵۶۲	به صورت یکجا	بدون بهره	۲	۲

ماخذ: بانک کشاورزی، دفتر بررسی‌های اقتصادی

پیش از این در سال ۱۳۸۳ در زمانی که سازمان چای کشور منحل شده بود و برگ سبز چای پایین‌ترین قیمت را طی سال‌های اخیر داشت، تسهیلاتی به صورت بلاعوض در قالب یک طرح ۵ ساله به کشاورزان پرداخت شد. هدف از پرداخت این تسهیلات (که در سال اول پرداخت مبلغ ۷ میلیون ریال در هر هکتار بود) کمک به احیا و نوسازی باغات چای ذکر شده بود. اجرای این طرح ۵ ساله به دلیل عدم توفیق در دستیابی به اهداف، در سال‌های بعد متوقف شد. جدول (۲)، تسهیلات پرداختی طرح اصلاح ساختار چای کشور را نشان می‌دهد.

جدول ۲- تسهیلات پرداختی طرح اصلاح ساختار

چای کشور

میلیارد ریال

۲۵۰	تسهیلات مصوب در سال ۱۳۷۹
۴۶۱	تسهیلات مصوب در سال ۱۳۸۰
۴۸۱	تسهیلات مصوب در سال ۱۳۸۱
۱۲۶۰	تسهیلات مصوب در سه سال طرح
۱۱۲۵	تسهیلات پرداخته شده به کارخانه‌ها

ماخذ: خسروی‌نژاد، ع. الف. (۱۳۸۴)، اقتصاد چای از تولید تا مصرف، مؤسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی و اقتصاد کشاورزی.

در نهایت می‌توان گفت بی‌توجهی به کشت و فرآوری این محصول در کنار سیاست‌های ناکارآمد برای افزایش کمی محصول و به تبع آن اعمال سیاست خرید تضمینی از کشاورزان سبب شده است که از یک طرف کشاورزان هیچ‌گونه تعهدی برای تحویل برگ سبز چای مرغوب از خود نشان نداد و با اطمینان از خرید تضمینی توسط دولت، تنها سعی در افزایش کمی محصول خود داشته باشند. از طرف دیگر به دلیل وجود انحصار، به تدریج نوآوری و رقابت میان تولیدکنندگان انواع مختلف چای خشک تقلیل یافته که برآیند این عوامل در پایین آمدن کیفیت چای تولیدی داخل و افزایش واردات انواع مختلف چای خارجی در دو دهه اخیر نمایان شده است.

۴. بررسی اثرات سیاست‌های تنظیم بازار دولت در

خصوص بهبود نظام تهیه، تدارک و توزیع چای

۴-۱. سرمایه‌گذاری در چای

در اواخر سال ۱۳۸۵ (۱۵ اسفند) شرایط پرداخت تسهیلات نوسازی باغات چای از سوی وزارت کشاورزی و با استناد به قانون بودجه سال ۱۳۸۵ اعلام شد. بر این اساس تسهیلاتی به شرح جدول زیر برای اصلاح و نوسازی باغات چای استان‌های گیلان و مازندران در نظر گرفته شد:

به‌طور کلی سیاست‌گذاری دولت در زمینه تنظیم بازار برای افزایش سرمایه‌گذاری در نظام تهیه، تدارک و توزیع چای مربوط به سرمایه‌گذاری در بهبود باغات چای بوده که در بالا به آن اشاره شد، همچنین بخشی دیگر از سرمایه‌گذاری مربوط به صنایع فرآوری و بسته‌بندی بوده است. در حال حاضر با توجه به وضعیت نه‌چندان خوب این صنعت نیاز به سرمایه‌گذاری در بهبود باغات چای و نوسازی صنایع تبدیل برگ سبز به چای خشک و بسته‌بندی آن لازم و ضروری است. چرا که بسیاری از صنایع مرتبط با فرآوری چای با فن‌آوری قدیمی فعالیت دارند. برای بهبود چای تولیدی نیاز به سرمایه‌گذاری برای استفاده از فن‌آوری جدید ضرورت زیادی دارد.

۲-۴. تولید چای

به منظور تشویق چایکاران به تولید در سال ۱۳۰۹ در حالی که هنوز کارخانه چای‌سازی در ایران وجود نداشت بنگاه خرید برگ سبز چای در تنکابن تأسیس شد. اما نخستین کارخانه چای‌سازی ایران در سال ۱۳۱۳ توسط دولت در لاهیجان به بهره‌برداری رسید. [۵]

بر اساس آمار سال ۱۳۸۲ تعداد ۱۷۴ کارخانه چای‌سازی در ایران وجود دارد که از این تعداد ۱۶۱ کارخانه در استان گیلان و فقط ۱۳ کارخانه در استان مازندران واقع است. ظرفیت کارخانه‌های استان گیلان ۳۴۲۶ تن و استان مازندران ۲۷۴ تن برگ سبز در شبانه‌روز است. از جنبه مالکیت کارخانه‌ها، ۸ کارخانه دارای مالکیت دولتی بوده و تحت نظارت سازمان چای کشور فعالیت می‌کرده‌اند که این کارخانه‌ها با انحلال سازمان چای کشور به بخش خصوصی واگذار شده‌اند. به عبارت دیگر در حال حاضر کل کارخانه‌های چای‌سازی به صورت خصوصی اداره می‌شوند.

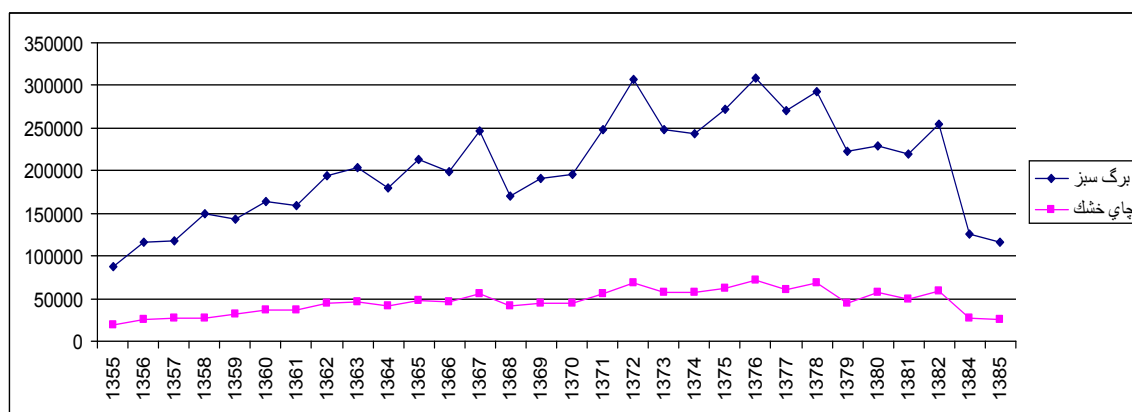
کارخانه‌های فعال در صنعت چای به دو دسته کارخانه‌های چای‌سازی که وظیفه خشک‌کردن و درجه‌بندی چای را به عهده دارند و کارخانه‌های فرآوری که چای خشک شده را با انجام عملیات غبارگیری، اسانس‌زنی، عصاره‌گیری و غیره فرآوری می‌کنند، تقسیم می‌شوند. کارخانه‌های چای‌سازی مستقیماً با کشاورزان در ارتباط بوده و بنابراین ظرفیت و مکان‌یابی آنها بایستی متناسب با محصول برداشت شده از باغات تحت پوشش باشد.

تولید چای در ایران به دلیل شرایط اقلیمی در حدود ۶ ماه از سال انجام می‌شود و همچنین تراکم برگ سبز در همین دوره شش ماهه نیز نوسان زیادی دارد. از سوی دیگر کارخانه‌های چای‌سازی در نیمی از سال در تعطیلی به سر می‌برند. عدم وجود بازار مناسب برای چای و فصلی بودن تولید، سرمایه‌گذاری در جهت افزایش ظرفیت کارخانه‌های چای‌سازی متناسب با پیک تولید و نوسازی تجهیزات کارخانه‌ها را با مشکل مواجه ساخته است. عدم تناسب ظرفیت کارخانه‌ها با تولید مزارع باعث می‌شود تا در زمان پیک تولید، هم برگ‌های چیده شده دیرتر وارد مرحله خشک‌کردن شوند و هم با کیفیت پایین‌تری خشک شوند.

چای تولید شده در ایران عمدتاً فقط مرحله خشک کردن را می‌گذراند و فرآوری نمی‌شود. تنها یک کارخانه فرآوری چای در ایران وجود دارد که فعالیت خود را از سال ۱۳۸۲ آغاز نموده است. در این کارخانه عملیات غبارگیری، استخراج عصاره چای، اسانس‌زنی، عصاره‌زنی و بسته‌بندی چای صورت می‌گیرد.

برگ سبز چای باید بلافاصله پس از برداشت از روی بوته در فرایند چای‌سازی قرار گیرد و بنابراین فاقد خاصیت انبارداری است. اما چای خشک دارای خاصیت انبارداری بوده و می‌توان آن را تا زمانی که کیفیت محصول را تحت تأثیر قرار ندهد در انبار نگهداری نمود. در طی سال‌های گذشته (به جز سال‌های اجرای طرح اصلاح ساختار) چای خشک استحصالی متعلق به دولت بوده و به انبارهای سازمان چای منتقل می‌شد. با رکود بازار چای ایرانی هر ساله به حجم چای در انبار مانده سنواتی اضافه شده تا جایی که بر اساس آمار، هم‌اکنون ۲۵۰ هزار تن چای در انبارها نافرورش مانده است.

پس از شکست طرح اصلاح ساختار چای و انحلال سازمان چای کشور در سال ۱۳۸۳، خرید برگ سبز چای به سازمان تعاون روستایی واگذار شد. این سازمان از سال ۱۳۸۴ متولی خرید برگ سبز چای از کشاورزان و فروش یارانه‌ای آن به کارخانه‌ها شد. در طی دو سالی که از اجرای این برنامه می‌گذرد تولید برگ سبز و چای خشک کاهش چشمگیری داشته است. اصلاح ساختار تولید و بهبود فرآوری چای از جمله سیاست‌های اساسی در مورد این محصول می‌باشد.



نمودار ۱- روند تولید چای در دوره ۱۳۵۵ تا ۱۳۸۵ برحسب تن

قبل از انقلاب تا دهه ۶۰ دولت از طریق سازمان چای اقدام به توزیع چای یارانه‌ای در میان مصرف‌کنندگان می‌نمود. از دیدگاه رفاه عمومی اجرای این سیاست با توجه به توزیع چای در میان تمامی گروه‌های درآمدی خود حرکتی در جهت تشدید فاصله طبقاتی بوده است. مسأله مهم‌تر اینکه چای یارانه‌ای که با قیمتی کمتر از قیمت تمام شده وارد بازار می‌شود در مقابل چای عرضه شده از سوی بخش خصوصی به رقابت می‌پرداخت. به بیان دیگر این سیاست، اقدام روشنی علیه سیاست خصوصی‌سازی است که در دستور کار دولت قرار دارد [۶] اما در سال‌های بعد همگام با افزایش تولید چای، متأسفانه در کلیه فرآیندهای مربوطه به تولید تا عرضه چای خشک، کیفیت حذف شده بود.

جدول ۳- میزان مصرف چای خشک در سال‌های

۱۳۷۹ تا ۱۳۸۵ برحسب هزار تن

سال	میزان مصرف	رشد سالانه مصرف (%)
۱۳۷۹	۹۶/۶	—
۱۳۸۰	۹۶/۷	۰/۱
۱۳۸۱	۹۸/۲	۱/۵
۱۳۸۲	۱۰۰	۱/۸
۱۳۸۳	۱۰۰	۰
۱۳۸۴	۱۳۴/۴	۳۴/۴
۱۳۸۵	۱۳۸	۲/۷

مأخذ: وزارت جهاد کشاورزی، سازمان چای (قبل از انحلال)

در زمینه مصرف سرانه چای در خانوار روستایی لازم به ذکر است، به طور متوسط در سال ۱۳۸۰، هر فرد روستایی به طور

اجرای سیاست‌های تنظیم بازار دولت برای افزایش تولید برگ سبز و در نهایت چای خشک در اواخر دهه ۱۳۶۰ با اجرای طرح خودکفایی در تولید چای آغاز شد. این سیاست اگرچه موجب افزایش زیاد تولید برگ سبز و چای خشک گردید، اما باتوجه به عدم نظر گرفتن کیفیت در فرآیند تولید و چیدن برگ سبز و فرآیند عمل‌آوری چای خشک، تولید به دست آمده از کیفیت کمی برخوردار بوده و عموماً مصرف‌کنندگان تمایلی به مصرف آن نداشتند. در سال‌های دهه ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰ اگرچه دولت سیاست‌های زیادی برای بهبود وضعیت چای کشور به کار گرفته اما هنوز این سیاست‌ها موجب اصلاح نظام تهیه، تدارک و توزیع چای نگردیده است.

۳-۴- مصرف چای

چای از جمله قدیمی‌ترین و پرمصرف‌ترین نوشیدنی‌های دنیا به شمار می‌رود. مصرف این نوشیدنی به عنوان یکی از مواد خوراکی، جایگاه خود را در بودجه خانوارها در بسیاری از کشورهای جهان تثبیت نموده است. در ایران نیز مصرف چای از دیرباز در سطوح مختلف اجتماع رواج داشته است. بر اساس آمار، ایران با دارا بودن حدود یک درصد از جمعیت جهان و ۱/۴ درصد از تولید چای در جهان، در حدود ۳/۳ درصد از مصرف کل چای دنیا را به خود اختصاص داده است. تا قبل از اینکه کشت چای در ایران رونق پیدا کند چای مصرفی ایران عمدتاً از طریق واردات از کشورهای چین و هند تأمین می‌شد. چای ایرانی عملاً با تشکیل سازمان چای کشور در سال ۱۳۳۷ وارد بازار گردید. از آن تاریخ تاکنون بازار چای ایران دچار تغییر و تحولات ساختاری زیادی شده است که در سالیان اخیر به اوج خود رسیده است. در سالیان

۴-۴. قیمت چای

در مورد برگ سبز چای سیاست دولت تا قبل از اجرای طرح اصلاح ساختار بر تثبیت قیمت استوار بود. طی این سال‌ها شورای اقتصاد با هماهنگی سازمان چای کشور اقدام به وضع قیمت مصوب تضمینی می‌نمود. سازمان چای کشور نیز خود رأساً مسئول خرید برگ سبز از چایکاران بوده و کارخانجات چای فقط در مقابل خشک کردن چای اجرت دریافت می‌کردند. طی این دوره به دلیل دولتی بودن خرید و فرآوری چای، انگیزه عوامل تولیدی در جهت افزایش کیفیت محصول کاهش یافته و در نتیجه چای استحصالی از کیفیت لازم جهت رقابت با چای‌های خارجی برخوردار نشد. کشاورزان برگ سبز را با کیفیت نامطلوب برداشت می‌نمودند و کارخانه‌ها با کیفیت مطلوب آن را فرآوری نمی‌نمودند. با توجه به پایین بودن کیفیت چای تولیدی و عدم توانایی رقابت آن با محصولات خارجی، دولت در سال ۱۳۷۹ با اجرای طرح اصلاح ساختار چای سعی در خصوصی‌سازی صنعت چای ایران نمود. کارخانه‌ها با استفاده از تسهیلات دولتی عهده‌دار خرید برگ سبز، فرآوری، بازاریابی و فروش چای شدند. به دلیل عدم طراحی دقیق و دوران تطبیق کوتاه خصوصی‌سازی، این طرح با شکست مواجه شد. بنا به گفته مسئولین باکیفیت‌ترین محصول تولیدی طی سال‌های گذشته در چین اول سال ۱۳۷۹ تولید شد. اما این چای کیفی در بازار فروش با استقبال روبه‌رو نشد.

در طرح اصلاح ساختار به مسأله قیمت برگ سبز توجه کافی نشد. به موجب این طرح کمیته‌ای متشکل از نمایندگان سازمان چای کشور، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، بانک مرکزی جمهوری اسلامی، استانداری‌های گیلان و مازندران، نماینده اتحادیه کشاورزان چایکار، سندیکای کارخانجات چای شمال و اصناف مسئول تعیین نرخ پایه‌ای برای برگ سبز شدند. اما به دلیل ماهیت تولید چای (کوتاه بودن زمان اقتصادی برداشت در حد چند روز و عدم قابلیت انبارداری و نگهداری برگ سبز)، کشاورزان از قدرت چانه‌زنی کافی برای فروش محصول خود برخوردار نبودند و در نتیجه مجبور به فروش محصول خود با قیمت‌هایی پایین‌تر از قیمت پایه می‌شدند. بدین ترتیب با ادامه این وضعیت، کیفیت چای استحصالی کاهش و حجم چای نافرورش مانده در انبارها رو به افزایش گذاشت.

متوسط ۰/۶ کیلوگرم چای داخلی و مخلوط مصرف کرده در حالی که در سال ۱۳۸۵ میزان مصرف سرانه به طور متوسط به ۰/۳۳ کیلوگرم کاهش یافته است. در خصوص مصرف سرانه چای خارجی در خانوارهای روستایی روند برعکس بوده، چرا که در سال ۱۳۸۰ به طور متوسط هر فرد روستایی ۱/۴۶ کیلوگرم از انواع چای خارجی مصرف نموده که این میزان مصرف به طور متوسط در سال ۱۳۸۵ به ۱/۷۵ کیلوگرم افزایش یافته است. مشابه چنین وضعیتی در خصوص کلیه دهک‌های اول تا دهم روستایی به چشم می‌خورد به طوری که اگرچه میزان مصرف سرانه انواع چای داخلی و مخلوط در سال ۱۳۸۵ در تمام دهک‌های درآمدی کاهش یافته اما مصرف انواع چای خارجی در این دهک‌ها نسبت به سال ابتدای دوره ۱۳۸۰ افزایش یافته است. متوسط مصرف سرانه چای داخلی و مخلوط در خانوارهای شهری با کاهش مصرف از ۰/۴۱ کیلوگرم در سال ۱۳۸۰ به ۰/۲۳ کیلوگرم در سال ۱۳۸۵ و مصرف چای خارجی از ۱/۴۵ کیلوگرم در سال ۱۳۸۰ به ۱/۶۰ کیلوگرم در سال ۱۳۸۵، افزایش یافته است.

همچنین لازم به توضیح است که میانگین رشد سالیانه مصرف انواع چای به تفکیک داخلی و مخلوط و چای خارجی در جداول مذکور آورده شده است.

مقایسه روند مصرف سرانه چای در خانوارهای شهری و روستایی نیز نشان می‌دهد در سال‌های اخیر مصرف چای تولید داخل و مخلوط آن رو به کاهش و روند مصرف چای خارجی افزایشی بوده است. این موضوع نشان‌دهنده اهمیت توجه به کیفیت در تولید چای بوده که متأسفانه با سیاستگذاری اشتباه در سال‌های قبل به خصوص در طرح خودکفایی چای (سال ۱۳۶۸) با خارج ساختن امر کیفیت در کلیه مراحل کشت و عمل‌آوری برگ سبز، اگرچه تولید چای داخلی افزایش یافت اما باعث شد مصرف آن در داخل به شدت کاهش یابد. بر این اساس برنامه‌ریزی و سیاستگذاری صحیح و اصولی و توجه به نکات کلیدی در نظام تهیه و تدارک و توزیع کالاهای اساسی امری بسیار مهم و ضروری است، چراکه با یک برنامه‌ریزی نادرست، ضربه‌ای به تولید و مصرف کالاها وارد می‌آید که هزینه‌های فراوان و خسارات جبران‌ناپذیری را به دنبال خواهد داشت.

با شکست طرح اصلاح ساختار و انحلال سازمان چای کشور در سال ۱۳۸۳، دولت سیاست قیمت تضمینی را برای برگ سبز چای در پیش گرفت. در سال ۱۳۸۴ دولت توسط سازمان تعاون روستایی متولی خرید برگ سبز و چای خشک از چایکاران و کارخانه‌ها شد. بر اساس مصوبه شورای اقتصاد برگ سبز درجه یک هر کیلو ۲۹۰۰ و برگ سبز درجه ۲ هر کیلو ۱۸۰۰ ریال در سال ۱۳۸۴ قیمت‌گذاری شد که در سال ۱۳۸۵ این ارقام به ۳۲۵۰ ریال برای برگ سبز درجه یک و ۱۹۰۰ ریال برای برگ سبز درجه ۲ رسید. از آنجا که عمده برگ سبز تولیدی کشاورزان از نوع درجه دو است، افزایش ۵/۵ درصدی قیمت برگ سبز درجه دو در سال ۱۳۸۵ اعتراض چایکاران را به دنبال داشته است. بر اساس مصوبه هیأت وزیران در سال ۱۳۸۵ مقرر شد تا در سال ۱۳۸۶ وزارت جهاد کشاورزی با تشکیل تعاونی‌های چایکاران وظایف مربوط به خرید و فرآوری برگ سبز چای را به آنها واگذار کند اما با عدم تشکیل تعاونی‌های مذکور، در سال ۱۳۸۶ مجدداً سازمان تعاون روستایی عهده‌دار خرید برگ سبز چای شد. بر اساس مصوبه شورای اقتصاد، برگ سبز درجه یک با قیمت ۳۴۰۰ ریال و برگ سبز درجه دو ۱۹۸۰ ریال برای هر کیلوگرم قیمت‌گذاری شد.

از سال ۱۳۸۴ به بعد دولت در مقابل کارخانه‌ها سیاستی متفاوت از سیاست اجرا شده تا قبل از سال ۱۳۷۹ (قبل از اصلاح ساختار) داشته است به نحوی که بر خلاف سال‌های قبل از ۱۳۷۹ که کارخانه‌ها در مقابل دریافت حق‌العمل خشک کردن برگ سبز، اجرت دریافت می‌کردند، از سال ۱۳۸۴ به بعد، دولت برگ سبز خریداری شده را به نرخ یارانه‌ای به کارخانه‌ها واگذار کرده و در مقابل در صورت تمایل کارخانه‌ها، چای خشک فرآوری شده را بر اساس درجه‌بندی کیفی از آنها خریداری نموده است. قیمت برگ سبز فروخته شده به کارخانه‌ها در سال ۱۳۸۵ برای هر کیلو برگ سبز درجه یک ۱۳۶۰ و برای هر کیلو برگ سبز درجه دو ۶۶۶ ریال اعلام شده است. این قیمت در سال ۱۳۸۶ به ۱۴۵۰ و ۷۲۰ ریال رسیده است. همچنین براساس جدول درجه‌بندی، چای خشک تهیه شده توسط کارخانه‌ها در سال ۱۳۸۵ بین ۵۵۰۰ تا ۹۹۰۰ ریال قیمت‌گذاری شده است.

در زمینه برداشت برگ سبز چای از سال‌های گذشته استانداردهای مشخصی وجود داشته است. در حال حاضر نیز قیمت‌گذاری تضمینی دولت برای محصول برگ سبز چای

براساس استاندارد برداشت آن صورت می‌گیرد. در سال جاری بر اساس استاندارد تعیین شده برگ سبز چای درجه یک با استاندارد ۸۰ درصد یک غنچه و دو برگ و ۲۰ درصد یک غنچه و سه برگ به قیمت ۲۹۰۰ ریال و برگ سبز درجه دو استاندارد با ۶۰ درصد یک غنچه و چهار برگ و ۱۵ درصد تک برگ و دو برگ لطیف به قیمت ۱۸۰۰ ریال توسط سازمان تعاون روستایی خریداری شد.

برای خشک کردن و فروش چای خشک نیز استانداردهای قیمتی تعریف شده است. در سال ۱۳۸۶ کارخانه‌های چای‌سازی به دو صورت با دولت قرارداد می‌بستند. در روش اول که یک روش کاملاً دولتی به سبک گذشته است، کل برگ سبز توسط ناظر سازمان تعاون روستایی خریداری شده و کارخانه تمام چای خشک تولیدی را تحویل سازمان می‌دهد و در مقابل به ازای هر کیلو چای خشک تحویلی مبلغ ۲۰۰۰ ریال اجرت خشک دریافت می‌کند. به علت هزینه بالای تولید و اجرت کم تعیین شده در سال ۱۳۸۶ صرفاً تعداد ۶ کارخانه با استفاده از این روش مبادرت به تولید چای خشک کردند. اما در روش دوم دولت بهای برگ سبز را از طریق سازمان تعاون روستایی به چایکاران پرداخت نموده و سپس برگ سبز خریداری شده را به صورت یارانه‌ای به کارخانه چای‌سازی می‌فروشد (برگ سبز درجه یک به مبلغ ۱۲۳۰ ریال و برگ سبز درجه دو به مبلغ ۶۳۰ ریال). در این روش چای خشک تولیدی برای فروش در اختیار کارخانه‌ها قرار گرفته و در صورت فروش نرفتن در بازار، دولت (سازمان تعاون روستایی) مسئول خرید چای خشک است. نرخ قیمت چای خشک نیز به صورت ذیل تعیین شد: قیمت پایه ۵۲۰۰ ریال به ازای نمره آزمایشگاهی ۸۶/۵ لغایت ۸۰۰۰ ریال به ازای نمره آزمایشگاهی ۹۰ و از نمره آزمایشگاهی ۹۰ به بالا به ازای هر ۰/۲۵ مبلغ ۲۰۰ ریال به قیمت خرید چای خشک افزوده می‌شود.

۴-۵. تجارت چای (صادرات و واردات)

واردات چای از سال ۱۳۳۷ (تشکیل سازمان چای) تا اوایل سال ۱۳۶۰ توسط بخش خصوصی انجام می‌گرفت. طی این دوره دولت به منظور حمایت از تولیدکنندگان داخلی، واردکنندگان را مجبور به خرید مقداری چای داخلی از سازمان چای در مقابل واردات می‌نمود. از سال ۱۳۶۰ تا ۱۳۶۹ واردات مستقیماً توسط دولت انجام می‌گرفت. در این دوره سعی می‌شد تا با اختلاط

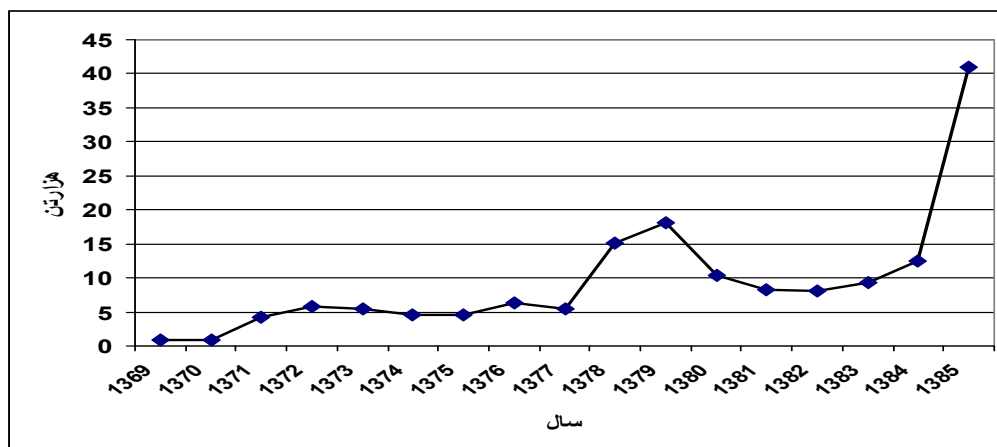
به نسبت میزان واردات چای در مقابل خرید چای خشک تولید داخل و به پیشنهاد وزارت جهاد کشاورزی و تصویب وزرای عضو کمیسیون ماده (۱) آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات تعیین می‌گردد.

روند آمار صادرات چای ایران در سال‌های ۱۳۶۹ تا ۱۳۸۵ در نمودار (۳) نشان داده شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌گردد مقدار صادرات این محصول به جز برخی از سال‌های اخیر، مقدار کمی نسبت به میزان واردات چای بوده است. این صادرات بیشتر از نوع نامرغوب و بعضاً خاکه بوده است. زیرا همان‌گونه که در مقدمه اشاره شد همراه با اعمال سیاست خودکفایی در تولید چای در اواخر دهه ۱۳۶۰، تولید چای سیاه به شدت افزایش یافته اما باتوجه به حذف کیفیت در تولید و خرید برگ سبز از کشاورزان، همچنین حذف آن در فرآوری و عمل‌آوری چای خشک در کارخانجات چای خشک‌کنی، موجب کاهش مصرف آن در خانوارهای شهری و روستایی و تمایل آنان به مصرف چای خارجی گردید. این امر در چندین سال موجب افزایش موجودی انبارهای چای گردید. براین اساس یکی از اقدامات دولت برای فروش چای انباشته شده در انبارها که بسیاری از آنها بدلیل مدت طولانی نگهداری، از بین رفته بودند، صادرات آن به سایر کشورها برای مصارف غیر خوراکی با قیمت بسیار ارزان بوده است. در نتیجه صادرات چای ایرانی بیشتر مربوط به اقلامی بوده که در بازار داخلی تقاضای برای مصرف آن نبوده است. بر اساس مطالب ذکر شده ملاحظه می‌شود که سیاست‌های اتخاذ شده در مورد تجارت چای در طی سال‌های گذشته از روند مشخص و هدفمندی تابعیت ننموده و دستخوش نوسانات زیادی بوده است.

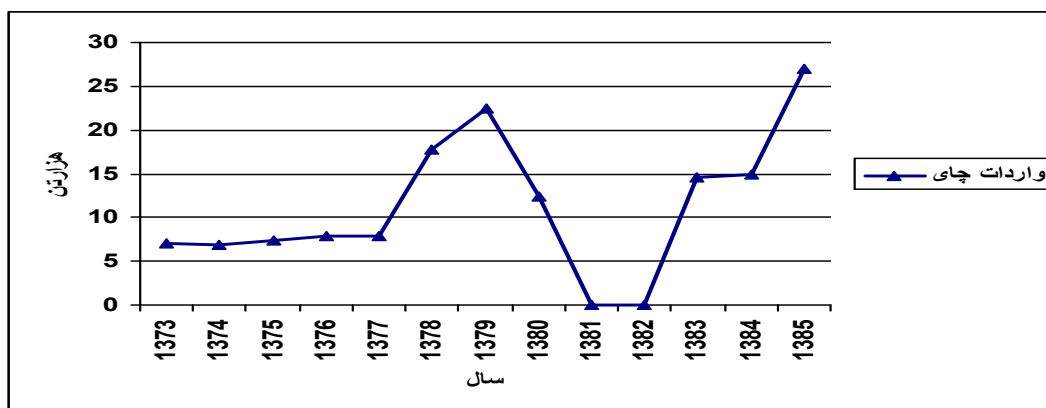
چای ایرانی با چای خارجی ذائقه مصرف‌کنندگان به چای ایرانی عادت داده شود. از اواخر سال ۱۳۶۹ واردات چای توسط بخش خصوصی آزاد اعلام گردید و در نتیجه بازار چای از چای‌های خارجی اشباع گردید. در سال‌های بعد دولت با وضع قوانین تعرفه‌ای واردات را کنترل می‌نمود تا اینکه در سال ۱۳۷۹ با اجرای طرح اصلاح ساختار چای واردات چای ممنوع شد. اگرچه طی این سال‌ها واردات چای ممنوع بود اما گزارش تحقیق و تفحص مجلس و برخی منابع دیگر حاکی از وارد شدن مقادیر عمده‌ای چای به صورت قاچاق به کشور بود. در نهایت با شکست طرح اصلاح ساختار چای و انحلال سازمان چای در سال ۱۳۸۳ بار دیگر واردات چای به صورت کنترل شده و در بسته‌بندی بالای ۱۰ کیلوگرم آزاد اعلام شد. بر اساس ماده ۹ آیین‌نامه اجرایی ساماندهی تولید، فرآوری و بازرگانی چای مورخ ۱۳۸۵/۲/۹، واردات چای با رعایت موارد زیر و سایر قوانین و مقررات مربوط مجاز است:

الف- در سال ۱۳۸۵ واردکنندگان چای در صورت خرید یک کیلوگرم چای خشک تولید داخل می‌توانند یک و نیم کیلوگرم چای از خارج از کشور با نرخ تعرفه چهار درصد وارد نمایند.
ب- واردات چای در بسته‌های کمتر از ده کیلوگرم ممنوع است.

همچنین بر اساس ماده ۱۰ آیین‌نامه مذکور، ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز، نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران و سایر دستگاه‌های ذی‌ربط موظفند تمهیدات لازم به منظور مبارزه با قاچاق کالا اعمال نمایند و بر اساس ماده ۱۱ این آیین‌نامه، نرخ تعرفه ورود چای به داخل کشور در سال‌های بعد



نمودار ۲- روند میزان صادرات چای ایران در دوره ۱۳۶۹ تا ۱۳۸۵



نمودار ۳- روند واردات چای در سال‌های ۱۳۷۳ تا ۱۳۸۵ بر حسب هزار تن

۴-۶. بازارهای موازی چای

از دیدگاه کالایی که مورد خرید و فروش قرار می‌گیرد می‌توان بازار چای ایرانی را به دو قسمت متمایز تقسیم نمود. بخش اول شامل بازار برگ سبز چای است که عرضه‌کنندگان آن چایکاران و تقاضاکنندگان آن کارخانجات چای‌سازی هستند. در این بازار بین عرضه‌کننده و تقاضاکننده، واسطه‌ای به نام سیستم دولتی وجود دارد. بخش دوم، بازار چای خشک است که عرضه‌کنندگان آن کارخانه‌های چای‌سازی و تقاضاکنندگان آن مصرف‌کنندگان داخلی و خارجی چای هستند. در این بازار بین عرضه‌کننده و تقاضاکننده، علاوه بر دولت واسطه‌های دیگری نیز وجود دارد. همچنین در این بازار، محصول رقیب مهمی به نام چای خارجی نیز وجود دارد. البته این دو بازار با یکدیگر در ارتباط مستقیم بوده و عملکرد و ساختار آنها مستقیماً بر یکدیگر مؤثر است.

بازار چای ایرانی در طی سال‌های اخیر شاهد تحولات بسیار گسترده‌ای بوده است. اساس این تحولات در ساختار بازار مربوط به تحولات اساسی در سیاست‌ها و قوانین حاکم بر بازار چای بوده است. در سال ۱۳۸۶ بخش اعظم برگ سبز خریداری شده توسط دولت (به صورت یارانه‌ای) به کارخانه‌های چای‌سازی فروخته شده و این کارخانه‌ها مسئولیت تبدیل، بازاریابی و فروش آن را بر عهده دارند و بخش کمتری از آن به صورت حق‌العمل‌کاری توسط کارخانه‌های چای‌سازی برای دولت تولید می‌شود. در بازار چای خشک تولیدی، دولت و کارخانه‌های چای‌سازی از طریق کانال‌های توزیع، چای را به مصرف‌کنندگان و یا صادرکنندگان منتقل می‌کنند. همچنین بر اساس قوانین، در صورت عدم موفقیت کارخانه‌ها در فروش چای استحصالی دولت

موظف به خرید چای خشک از آنها می‌باشد.

به لحاظ تفاوت کالایی در بازار برگ سبز، چای با دو درجه مرغوبیت مورد مبادله قرار می‌گیرد. در سال ۱۳۸۶ قیمت تضمین شده برگ سبز درجه یک ۲۹۰۰ ریال و برگ سبز درجه دو ۱۸۰۰ ریال به ازای هر کیلوگرم تعیین شده است.

در بازار چای خشک، ویژگی تفاوت کالا ساختار بازار را بیشتر از دید مصرف‌کنندگان مورد مطالعه قرار می‌دهد. چای‌های خارجی با بسته‌بندی‌های متنوع و رنگ و طعم متفاوت از چای‌های داخلی، در مقابل چای‌های داخلی که عمدتاً با بسته‌بندی ضعیف و بدون انجام عملیات فرآوری وارد بازار شده‌اند، برای جای‌گیری در سبد مصرف‌کننده با یکدیگر رقابت می‌کنند. در این رقابت عمدتاً چای ایرانی در سال‌های اخیر - علی‌رغم وجود تعرفه‌ها و ممنوعیت‌های اعمال شده بر ورود چای خارجی - مغلوب شده است.

جمع‌بندی و ملاحظات

به طور کلی با مروری بر سیاست‌های تنظیم بازار چای در ایران در دو دهه اخیر، می‌توان گفت بی‌توجهی به کشت و فرآوری این محصول در کنار سیاست‌های ناکارآمد برای افزایش کمی محصول و به تبع آن اعمال سیاست خرید تضمینی از کشاورزان سبب شده است که از یک طرف کشاورزان هیچ‌گونه تعهدی برای تحویل برگ سبز چای مرغوب از خود نشان نداده و با اطمینان از خرید تضمینی توسط دولت، تنها سعی در افزایش کمی محصول خود داشته باشند. از طرف دیگر به دلیل وجود انحصار، به تدریج نوآوری و رقابت میان تولیدکنندگان انواع

مختلف چای خشک تقلیل یافته که برآیند این عوامل در پایین آمدن کیفیت چای تولیدی داخل و افزایش واردات انواع مختلف چای خارجی نمایان شده است.

۱- به طور کلی سیاستگذاری دولت در زمینه تنظیم بازار برای افزایش سرمایه‌گذاری در نظام تهیه، تدارک و توزیع چای مربوط به سرمایه‌گذاری در بهبود باغات چای بوده، همچنین بخشی دیگر از سرمایه‌گذاری مربوط به صنایع فرآوری و بسته‌بندی بوده است. در حال حاضر با توجه به وضعیت نه چندان خوب این صنعت نیاز به سرمایه‌گذاری در بهبود باغات چای و نوسازی صنایع تبدیل برگ سبز به چای خشک و بسته‌بندی آن لازم و ضروری است. چرا که بسیاری از صنایع مرتبط با فرآوری چای با فناوری قدیمی فعالیت دارند. برای بهبود چای تولیدی نیاز به سرمایه‌گذاری برای استفاده از فناوری جدید ضرورت زیادی دارد.

۲- اجرای سیاست‌های تنظیم بازار دولت برای افزایش تولید برگ سبز و در نهایت چای خشک در اواخر دهه ۱۳۶۰ با اجرای طرح خودکفایی در تولید چای آغاز شد. این سیاست اگرچه موجب افزایش زیاد تولید برگ سبز و چای خشک گردید، اما با توجه به عدم در نظر گرفتن کیفیت در فرآیند تولید و چیدن برگ سبز و فرآیند عمل‌آوری چای خشک، تولید به دست آمده از کیفیت کمی برخوردار بوده و عموماً مصرف‌کنندگان تمایلی به مصرف آن نداشتند. در سال‌های دهه ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰ اگرچه دولت سیاست‌های زیادی برای بهبود وضعیت چای کشور به کار گرفته اما هنوز این سیاست‌ها موجب اصلاح نظام تهیه، تدارک و توزیع چای نگردیده است.

۳- طی سال‌های اخیر مصرف چای خارجی در کشور به سرعت افزایش یافته است. به طوری که در سال ۱۳۸۱ در حدود ۹۰ درصد از مصرف چای کشور متعلق به چای‌های وارداتی بوده است. مسئولین و گزارشات موجود دلیل عمده این مسأله را افت کیفیت چای استحصالی داخلی در سال‌های اخیر، تغییر ذائقه مصرف‌کنندگان به مصرف چای اسانس‌دار خارجی و بالابودن حاشیه بازاریابی چای خارجی در مقابل چای داخلی (انگیزه قاچاق) ذکر می‌کنند.

۴- در مورد برگ سبز چای سیاست دولت تا قبل از اجرای طرح اصلاح ساختار بر تثبیت قیمت استوار بود. با توجه به پایین بودن کیفیت چای تولیدی و عدم توانایی رقابت آن با محصولات خارجی، دولت در سال ۱۳۷۹ با اجرای طرح اصلاح ساختار چای سعی در خصوصی‌سازی صنعت چای ایران نمود. با شکست طرح اصلاح ساختار و انحلال سازمان چای کشور در سال ۱۳۸۳، دولت سیاست قیمت تضمینی را برای برگ سبز چای در پیش گرفت. در سال ۱۳۸۴ دولت توسط سازمان تعاون روستایی متولی خرید برگ سبز و چای خشک از چایکاران و کارخانه‌ها شد.

۵- واردات چای از سال ۱۳۳۷ (تشکیل سازمان چای) تا اوایل سال ۱۳۶۰ توسط بخش خصوصی انجام می‌گرفت. طی این دوره دولت به منظور حمایت از تولیدکنندگان داخلی، واردکنندگان را مجبور به خرید مقداری چای داخلی از سازمان چای در مقابل واردات می‌نمود. از سال ۱۳۶۰ تا ۱۳۶۹ واردات مستقیماً توسط دولت انجام می‌گرفت. در این دوره سعی می‌شد تا با اختلاط چای ایرانی با چای خارجی ذائقه مصرف‌کنندگان به چای ایرانی عادت داده شود. از اواخر سال ۱۳۶۹ واردات چای توسط بخش خصوصی آزاد اعلام گردید و در نتیجه بازار چای از چای‌های خارجی اشباع گردید. در سال‌های بعد دولت با وضع قوانین تعرفه‌ای واردات را کنترل می‌نمود تا اینکه در سال ۱۳۷۹ با اجرای طرح اصلاح ساختار چای واردات چای ممنوع شد. اگرچه طی این سال‌ها واردات چای ممنوع بود اما گزارش تحقیق و تفحص مجلس و برخی منابع دیگر حاکی از وارد شدن مقادیر عمده‌ای چای به صورت قاچاق به کشور بود. در نهایت با شکست طرح اصلاح ساختار چای و انحلال سازمان چای در سال ۱۳۸۳ بار دیگر واردات چای به صورت کنترل شده و در بسته‌بندی بالای ۱۰ کیلوگرم با رعایت مواردی آزاد اعلام شد. چای صادر شده از ایران بیشتر از نوع نامرغوب و بعضاً خاکه بوده است. بر اساس مطالب ذکر شده ملاحظه می‌شود که سیاست‌های اتخاذ شده در مورد تجارت چای در طی سال‌های گذشته از روند مشخص و هدفمندی تبعیت ننموده و دستخوش نوسانات زیادی بوده است.

توصیه‌های سیاستی

برای اصلاح نظام تهیه، تدارک و توزیع چای کشور جهت بهبود کیفیت چای تولید داخلی و وارداتی و حمایت از اشتغال در تولید، فرآوری، بسته‌بندی و دیگر موارد مرتبط با بازار چای در جهت حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان موارد ذیل پیشنهاد می‌شود:

۱- با توجه به کاهش تولید چای مرغوب داخلی، می‌باید یکی از اقدامات اساسی دولت در این زمینه، حمایت از تولید چای مناسب و مرغوب داخلی باشد. در این ارتباط پیشنهاد می‌شود کارخانه‌های چای خشک‌کنی تحت نظارت کامل دولت، متولی خرید برگ سبز شوند و مسئولین ذیربط با انعقاد قرارداد با آنها، در صورت تولید چای مناسب و مرغوب (استانداردهای مربوطه باید قبلاً توافق شوند)، اقدام به تضمین خرید آن در بسته‌های مناسب همراه با کنترل و نظارت صحیح و اصولی نمایند. این موضوع می‌باید به صورت محدود برای شکل‌گیری و گسترش چای مرغوب داخلی به صورت یک برنامه ۵ ساله تدوین شود که در آن هم به محدود بودن و هم عدم خرید چای نامرغوب، با چایکاران و کارخانه‌های تولید چای خشک، توافق گردد. همچنین می‌باید در این دوره، هر سال استانداردهای مربوط به چای مورد خرید دولت ارتقا یابد و ادارات و سازمان‌های دولتی ملزم به خرید چای تولید داخلی شوند. در صورتی که چای خریداری شده دولت از این روش، بیشتر از نیاز مصرف ادارات باشد، می‌توان از طریق کالا برگ و غیره، این کالا را در بین عموم مردم با اولویت روستاییان و اقشار آسیب‌پذیر با قیمت حمایت شده عرضه نمود. تأکید می‌شود که این سیاست باید در زمان مشخص برای پاک‌رستن تولید برگ سبز مرغوب توسط کشاورزان، همچنین فرآوری و عمل‌آوری مناسب توسط کارخانه‌ها صورت پذیرد و عمل نمودن دولت به تعهداتش و افزایش استانداردها و معیارهای کیفیت در طول این دوره در بهبود تولید مرغوب چای داخلی و اصلاح نظام تولید و فرآوری چای مرغوب تأثیر زیادی دارد.

۲- تعیین نرخ تعرفه مناسب و کارشناسی شده برای واردات

چای بهداشتی و سالم از دیگر اقدامات لازم برای بهبود تنظیم بازار این محصول است. بر این اساس نرخ تعرفه واردات چای می‌باید طوری تنظیم شود که هم از تولید داخلی حمایت گردد و هم موجب کاهش و از بین رفتن واردات غیرقانونی گردد. بخشی از درآمد دولت از محل تعرفه واردات قانونی چای، برای تبلیغ مزایای بهداشتی و پزشکی مصرف چای سالم و مرغوب داخلی، نسبت به چای‌های وارداتی دارای طعم و عطر غیرطبیعی و مصنوعی اختصاص یابد، در این ارتباط می‌باید تبلیغات مناسب از طریق رسانه‌های گروهی و کتب درسی دانش‌آموزان در مدارس و ... صورت پذیرد.

۳- بازنگری و تدوین مجدد استانداردهای مناسب برای تولید و بسته‌بندی و عرضه چای تولید داخلی و وارداتی، یکی دیگر از اقداماتی است که باید برای اصلاح نظام تهیه، تدارک و توزیع چای کشور انجام گیرد. در این زمینه می‌باید استانداردهای بهداشتی و اطلاع‌رسانی به خصوص در زمینه بسته‌بندی (نصب برچسب‌های لازم به منظور اطلاع‌رسانی و معرفی کالا) لحاظ گردد.

۴- بازسازی، نوسازی و تجهیز امکانات و دستگاه‌های عمل‌آوری برگ سبز چای در کارخانجات چای خشک‌کنی از دیگر اقداماتی است که با توجه به پایین بودن سطح کیفیت چای تولیدشده در کارخانجات به واسطه مستهلک و قدیمی بودن تجهیزات، بایستی صورت گیرد. در این ارتباط به کارگیری تکنولوژی‌های جدید استحصال و عمل‌آوری توسط کارخانجات، افزودن اسانس‌های طبیعی و استحصال محصولات متنوع می‌تواند بر کیفیت و تنوع بخشی به تولید این محصول مفید واقع شود. این موضوع نیز نظیر بند یک می‌باید توسط این واحد برای فروش محصولات تولید شده براساس نیاز بازار رعایت گردد، اما در کوتاه‌مدت نیاز به ارائه تسهیلات و کمک‌های فنی و اطلاعاتی دولت به این‌گونه واحدها از طریق کمیته‌های برنامه‌ریزی استان‌ها می‌باشد.

۵- انجام مطالعات کارشناسی در خصوص سیاست‌های متخذة توسط دولت و عدم تناقض آنها با یکدیگر از جمله مواردی است که می‌باید به آن دقت و توجه بیشتری

هفته‌نامه خبری تحلیلی برنامه، بررسی وضعیت چای کشور طی
سال‌های ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۶.

مبذول گردد، که از جمله تناقضات صورت گرفته در
سال‌های قبل می‌توان به اعلام ممنوعیت ورود چای
خارجی ابتدا در اوایل سال ۱۳۷۹ و از آن طرف ادامه
صدور مجوزهای واردات چای در اواخر سال ۱۳۷۹ و
سال ۱۳۸۰ و ورود چندین برابر مجوز صادرشده به صورت
چای فله‌ای و بسته‌بندی خارجی، اشاره داشت.

پی‌نوشت‌ها

1. Price Stabilization Fund
2. Modified Price Stabilization Fund
3. Procurement Price Policies

۴. ادبم، س.ع. ۱۳۸۲.
۵. راستین، ب. ۱۳۶۵.
۶. خادم آدم، ن. ۱۳۷۷.

منابع

ارض‌پیما، ف.، تاریخ چای‌کاری و چای‌سازی در ایران، سازمان
چای کشور، ص ۳۳۷، ۱۳۷۸.

اداره کل فرهنگی و روابط عمومی مجلس شورای اسلامی،
گزارش تحقیق و تفحص چای، انتشارات مجلس شورای
اسلامی، تهران، ۱۳۸۳.

چراغی، داوود، مطالعه پشتیبان تنظیم بازار چای، مؤسسه
مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۷.

خسروی‌نژاد، ع.ا.، *اقتصاد چای از تولید تا مصرف*، مؤسسه
پژوهش‌های برنامه‌ریزی و اقتصاد کشاورزی، صفحه ۲۳۳،
۱۳۸۴.

خادم آدم، ن.، «اصلاحات ساختاری در اقتصاد چای»، *مجله
اطلاعات سیاسی - اقتصادی*، شماره ۱۳۰-۱۲۹، ۱۳۷۷.

قاسمی، آ.، «نگاهی به عملکرد طرح اصلاح ساختار چای در
ساماندهی صنعت چای کشور»، *مجله اقتصادی*، سال پنجم
شماره‌های ۵۱ و ۵۲، ۱۳۸۵.

مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، بررسی روند
سیاست‌های تنظیم بازار در ایران و مقایسه آن با تجارب
سایر کشورهای منتخب، ۱۳۸۴.

مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، *بازار جهانی چای*، از
سری انتشارات بازار جهانی چای، آبان‌ماه ۱۳۷۰.