

# ایران زندگی

روایتی از نوازندگان خیابانی در زمستان سرد تهران

## اینجانت‌ها یخ می‌زنند

کارشناسان حقوقی فاوا در گفت و گو با «ایران» مطرح کردند

## حل اختلافات دانش بنیان‌ها با دادگاه‌های تخصصی

◀ | صفحه ۱۱



«ایران» از موانع برندسازی چای ایرانی گزارش می‌دهد

# چای ایرانی؛ قدیمی اما ناشناخته



عکس‌ها: ایستا و ایرنا

◀ | زهره افشار خبرنگار

۱۲۰سال پیش بود که نخستین بوته چای در کشور ما توسط حاج محمد میرزا کاشف السلطنه کنسول ایران در هندوستان به ایران آورده و کشت شد و شکی نیست در این مدت چای به محبوب‌ترین نوشیدنی گرم در ایران تبدیل شده است.

اما چای ایرانی با این قدمت هنوز آن‌طور که باید شناخته شده نیست و در بیشتر فروشگاه‌های کشور آنچه در نگاه اول به چشم می‌آید انواع برندهای خارجی با برندهایی است که مخلوطی از چای خارجی و ایرانی را عرضه می‌کنند. در کشور ما حدود ۲۲ هزار هکتار از اراضی گیلان به باغات چای اختصاص دارد و تولید چای ایرانی سالانه حدود ۳۰ درصد نیاز داخلی را تأمین می‌کند. سال‌هاست که ده‌ها کارخانه چای خشک کنی سعی کرده‌اند تولیدات خود را با برندی که معمولاً نام خود کارخانه است، روانه بازار کنند اما به نظر می‌رسد برای داشتن برندهای موفق باید باز هم صبر کنیم.

دکتر «حجت نیرومند» کارشناس چای در رشت به «ایران» گفت: کشت نخستین بوته‌های چای در کشور ما به سال ۱۲۷۹ برمی‌گردد و چندین عامل موجب شده که چای ایرانی با وجود این قدمت کشت، هنوز آن‌طور که باید شناخته شده نباشد.

یکی از مهمترین عوامل این بوده که چای ایرانی مورد اقبال مردم واقع نشد و شما می‌بینید با وجود اینکه رویکرد بازار ایران و جهان به فروشگاه‌های بزرگ است وقتی به فروشگاه‌ی وارد می‌شوید کمتر نشانی از چای ایرانی می‌بینید و حتی اگر خودتان برندی را بشناسید حتماً باید برای پیدا کردنش از کارکنان فروشگاه کمک بگیرید.

ریشه این مشکل به انحصار دولت بر چای در فاصله سال‌های ۳۷ تا ۷۷ برمی‌گردد و مسلم است وقتی انحصار این قدر طولانی باشد چای نمی‌تواند به برند تبدیل شود.

وی افزود: از آن به بعد هم که انحصار دولت بر چای پایان یافت طبیعی است کارخانه‌هایی که سال‌ها عادت کرده بودند بدون دادن حق انتخاب به مردم و بدون توجه به ذائقه مردم،

تولید کنند برایشان سخت بود که فضای دولتی را رها کرده و در فضای رقابتی بر اساس کیفیت و ذائقه کار کنند.

ولی در حال حاضر برخی برندها در حال شکل‌گیری است ولی مشکل اینجاست که ما تولیدمان کم و محدود به یک استان است و در حال حاضر حدود ۱۷۰ کارخانه چای خشک کنی سعی دارند هر کدام با نام کارخانه خود برندی داشته باشند.

ولی مگر از تولید ۳۰ هزار تنی ما سهم هر کارخانه چقدر می‌شود که بخواهد در طول سال با برند خود به‌طور مستمر چای عرضه کند و در واقع آیا ممکن است در یک امتحان که ۱۷۰ نفر شرکت کننده دارد همگی قبول شوند و رتبه‌های اول را به دست بیاورند؟

■ **اما چه باید کرد؟**

جواب این است که ما اگر می‌خواهیم از این ۱۷۰ کارخانه در آینده ۵ برند موفق داشته باشیم باید برخی کارخانه‌ها از منفعت فردی بگذرند تا با کار تجمیعی چند کارخانه یک برند موفق شکل بگیرد. مثلاً کارخانجات یک شهر برند خاص آن شهر را داشته باشند.

وی موفقیت برندها را در وهله اول توجه به ذائقه مردم خواند تا کیفیت چون ذائقه جدا از بحث کیفی چای است.

وی خاطر نشان کرد: با توجه به روندی که شکل گرفته می‌توان امیدوار بود طی دهه آینده برندهای چای ایرانی به جایگاه خود برسند. به گفته وی در حال حاضر قیمت چای ایرانی با برخی برندهای نسبتاً موفق که بیشتر در استان‌های شمالی یافت می‌شود به کیلویی ۲۲۰ هزار تومان می‌رسد.

گفتنی است هر چند در حال حاضر چای در تمام قاره‌های جهان کشت می‌شود اما چین با داشتن ۲ میلیون هکتار باغ چای، بزرگ‌ترین تولیدکننده چای است و پس از آن کشورهای هندوستان، سریلانکا و کنیا قرار دارند و این چهار کشور در مجموع ۸۷ درصد چای دنیا را تولید می‌کنند.

■ **فعالیت ۴۰برند ایرانی چای**

در همین حال «حبیب جهانساز» رئیس سازمان چای کشور هم در گفت‌وگو با «ایران» تصریح کرد: خوشبختانه در حال حاضر حدود ۴۰ برند چای ایرانی در حال فعالیت هستند

و حدود ۳۰ درصد نیاز کشور را که ۳۰ هزار تن می‌شود توزیع می‌کنند. به هر جهت با توجه به اینکه این میزان کفاف نیاز کشور را نمی‌دهد این برندها در حال حاضر در برخی استان‌ها مانند گیلان، مازندران، قزوین، اصفهان و تهران بیشتر در دسترس مردم هستند.

نیاز کشور با چای سالانه حدود ۱۰۰ هزار تن است که ۷۰ درصد آن باید از طریق واردات تأمین شود.

وی تأکید کرد: برندسازی چای کشور دورنمای امیدوارکننده‌ای دارد.

جهانساز همچنین سفر اخیر رئیس‌جمهور به گیلان را برای صنعت چای بسیار پر خیر و برکت خواند و افزود: در جریان این سفر وزیر جهاد کشاورزی به نیابت از آیت‌الله رئیسی بازدیدی از باغات و کارخانه چای خشک کنی رودسر داشتند و خوشبختانه با مساعدت دولت مصوبات خوبی برای چای داشتیم.

اختصاص ۷۵ میلیارد تومان برای اصلاح و بهسازی باغات چای و ۲ میلیارد تومان یارانه برای نهال چای از جمله این مصوبات است که اختصاص یارانه نهال برای نخستین بار در دهه گذشته صورت می‌گیرد.

وی اظهار امیدواری کرد با تخصیص اعتبار این مصوبه که برای دو سال آینده است، روند اصلاح باغات سرعت بگیرد.

اختصاص این ردیف بودجه می‌تواند پیگیری‌های سازمان چای برای اختصاص ردیف ویژه برای صنعت چای در بودجه‌های سال‌های آتی را تسهیل کند.

به گفته وی اسان گیلان در حال حاضر حدود ۲۲ هزار هکتار باغ مورد بهره‌برداری دارد و جدا از این میزان ۶ هزار هکتار باغ دیگر هم دارد که نیاز به جوان‌سازی و اصلاح دارند.

رئیس سازمان چای کشور گفت: با برنامه‌ریزی انجام شده پیش‌بینی می‌کنیم تا پایان سال ۱۴۰۰ عملیات اصلاح، به‌زراعی و در نهایت احیای ۲ هزار هکتار از باغات چای انجام شود

بدین ترتیب ۲ هزار هکتار از باغات چای رها شده به چرخه تولید بازخواهند گشت و امیدواریم با مصوبه سفر رئیس‌جمهور این روند ادامه یابد.

وی در تشریح آخرین اقدامات سازمان چای

## ”

**یک کارشناس چای : در حال حاضر برخی برندها در حال شکل‌گیری است ولی مشکل اینجاست که ما تولیدمان کم و محدود به یک استان است و در حال حاضر حدود ۱۷۰ کارخانه چای خشک کنی سعی دارند هر کدام با نام کارخانه خود برندی داشته باشند. ولی مگر از تولید ۳۰ هزار تنی ما سهم هر کارخانه چقدر می‌شود که بخواهد در طول سال با برند خود به‌طور مستمر چای عرضه کند و در واقع آیا ممکن است در یک امتحان که ۱۷۰ نفر شرکت‌کننده دارد همگی قبول شوند و رتبه اول را به دست بیاورند؟**

در قالب برنامه احیای باغات چای توضیح داد:

سازمان چای در حال حاضر اصلاح و به‌زراعی باغات چای و بهسازی کارخانجات را در دستور کار قرار داده است.

در نیمه دوم سال برای عملیات به‌زراعی باغات، انواع هرس‌ها، توسعه مکانیزاسیون ۱۳ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان پرداخت شده است. از سوی دیگر اقدامات خوبی هم برای تأمین سرمایه در گردش چایکاران انجام گرفت و ۴۰۲ میلیارد تومان تسهیلات ارزان پرداخت شد که در نتیجه در مجموع ۵۲۰۹ میلیارد تومان تسهیلات برای انجام اقدامات مذکور به چایکاران پرداخت شد.

جهانساز مبلغ پیشنهادی دولت برای خرید تضمینی و ارائه تسهیلات به چایکاران در لایحه سال آینده را مناسب دانست و اظهار داشت: در لایحه بودجه سال ۱۴۰۱ به اندازه کافی مبالغی را برای خرید تضمینی برگ سبز چای در سال آینده پیش‌بینی کرده‌اند.

رئیس سازمان چای کشور درباره آخرین پیگیری‌ها برای تعیین تکلیف استخدام ۴۰۰ ناظر چای گفت: جذب ۴۰۰ ناظر چای نیازمند قوانین جدید بوده و سازمان چای هر ساله پیگیری جذب این ناظران چای است اما باید برای آنان یک ثبت سازمانی در نظر گرفته شود.

وی افزود: برای اصلاح هر هکتار باغ چای ۴ میلیون تومان تسهیلات با نرخ بهره ۴ درصد در

### عوامل تأثیرگذار بر کیفیت چای ایرانی\*

تولید چای در کشور ما در استان گیلان (حوالی لاهیجان) پا گرفته و در همین استان نیز ما شرایط نسبی تولید آن را داریم، درحالی که کشور هند در ۱۱ ماه از سال شرایط لازم برای تولید چای مرغوب را دارد، این شرایط برای ما حتی در گیلان پر بارش به ۶ ماه از سال می‌رسد در واقع تابستان‌ها در این استان به حدی که برای چای لازم است بارش نداریم و پراکنش بارش‌ها برای چای مناسب نیست؛ این یعنی کاهش کیفی چای نسبت به دیگر کشورهای تولید کننده.

در سریلانکا ضرب‌المثلی است که می‌گوید «چای در باغ ساخته می‌شود» و اگر خوب دقت کنیم می‌بینیم این ضرب‌المثل کاملاً درست است . شرط کیفیت چای، برگ لطیف است و گرچه ما در چین بهاره چای که در نیمه اردیبهشت است می‌توانیم برگ‌های لطیفی از این محصول را داشته باشیم ولی در تابستان به دلیل کاهش بارش‌ها، برگ سبز چای به اصطلاح چرب می‌شود. البته داشتن برگ سبز لطیف هم به شرطی است که بموقع به کارخانه برسد و بموقع فرآوری شود و این در صورتی است که حتی حمل و نقل نامناسب هم می‌تواند بر افت کیفی برگ سبز و بالطبع کیفیت چای خشک تأثیر بگذارد. داستان افت کیفی چای ما به اینجا ختم نمی‌شود و اگر یک حساب سرانگشتی داشته باشیم و بگوییم ۵۰ درصد برگ سبز در بهار چیده می‌شود سهم هر یک از ۱۷۱ کارخانه فعال ما در گیلان در بهترین شرایط نمی‌تواند از ۲۰ تن بیشتر شود و البته می‌بینیم که همین میزان برگ سبز هم با کیفیت یکسان تولید نمی‌شود که نشان می‌دهد ما به یک نظام مناسب در عرضه برگ سبز به کارخانه نیاز داریم. شکی نیست که مرغوبیت چای به ذائقه مردم هر کشور بستگی دارد و در حال حاضر نیز برخی کارشناسان معتقدند چای ایران برای افزایش کیفیت باید مخلوطی از چای تولیدی برگ سبز بهاره و تابستانه باشد ولی به دلایلی که شاید بزرگ‌ترین آن گردش مالی پایین کارخانجات باشد چنین کاری انجام نمی‌شود. از سوی دیگر متأسفانه هر قشری در چرخه تولید تا فرآوری و عرضه چای به دنبال منفعت بیشتر خود است. کارخانه‌دار هر کیلو برگ سبز چای را کیلویی ۶ هزار و ۶۹۰ تومان از باغدار می‌خرد و با فرآوری ۵ کیلو برگ سبز، یک کیلو چای خشک تولید می‌کند حال حتی اگر قیمت بسته‌بندی را به آن اضافه کنیم باز هم قیمت تمام شده متناسب با قیمتی که در بازار شمال به مشتری نهایی عرضه می‌شود نیست.

اما حکایت عرضه چای ایرانی در شهرهایی مانند تهران هم به شکلی است که باز هم نصیبی برای کشاورز ندارد فروشگاه‌های زنجیره‌ای در حال حاضر در صورتی چای ایرانی را در فروشگاه خود عرضه می‌کنند که حداقل ۳۰ درصد فروش سهم خودشان باشد که سود خوبی برای آنها به حساب می‌آید و شاید این یکی از دلایلی است که چای ایرانی عمداً در استان‌های شمالی عرضه می‌شود و مردم در دیگر نقاط کشور شناخت کافی از چای ایرانی ندارند و باید به صورت تصادفی چای بخرند.

■ **اماره چاره چیست؟**

دولت در حال حاضر برگ سبز چای را با قیمت حداقلی فقط و فقط به شکل تضمینی می‌خرد و البته کشاورزان از خرید به این شکل مانند گندم راضی‌اند اما از قیمت آن راضی نیستند. چون خرید تضمینی گندم با برگ سبز چای بسیار تفاوت دارد. یک گندم‌اگر گندم را به دولت نفروشد خریداران دیگری برای آن وجود دارد ولی برگ سبز در واقع هیچ کاربرد و بازار دیگری ندارد و خریدار دیگری هم ندارد مگر اینکه تبدیل به چای خشک شود. پس باغدار چای تحت هر شرایطی مجبور است چای خود را به کارخانه دار بفروشد. به هر حال به نظر می‌سد صنعت چای دو راه بیشتر پیش روی خود ندارد. یکی اینکه مانند قبل از انقلاب کاملاً دولتی شود که البته موفق هم بود و باید گفت مشکلاتش از سال ۶۹ تا ۷۰ که قاعده کار عوض شد آغاز شد. در آن برهه از زمان، ارز کم شد و واردات چای خارجی کاهش یافت. گفتند اشکال ندارد کشاورز به جای چیدن یک غنچه و دو برگ سبز چای که استاندارد است برگ سبز بیشتری بچیند از همین جا افت کیفی چای شروع می‌شود. راه دیگر این است که از چایکاران مانند دیگر کشورها حمایت کامل شود. در حال حاضر از پس هزینه هرس و کوددهی آن هم بر نمی‌آیند و همین مزید بر علت است که باغدار بیشتر از حد استاندارد برگ بچیند.

دیگر دلخوری باغداران این است که دولت تفاوتی برای تولید برگ سبز ممتاز و رگانتیک و غیر آن قائل نیست درحالی که باید این نوع برگ سبز چای حداقل کیلویی ۱۰ هزار تومان خریده شود.

البته با توجه به اینکه خرید تضمینی چای با معیشت ۵۰ هزار کشاورز گره خورده است و شاید نتوان اقدام به اصلاح سازوکار خرید تضمینی چای کرد ولی شاید بتوانیم برای اینکه در حق چایکار اجحاف نشود سیاستی را در پیش بگیریم که برای حمایت از باغدار اندیشیده شده است.

در تمام کشورهای تولید کننده چای، درصد بالایی از فروش چای به چایکار می‌رسد این عدد در کنیا ۷۲ درصد و هندوستان ۶۰ درصد و سریلانکا ۶۸ درصد است در اینجا هم به‌تازگی برخی از کارخانجات مطرح این کار را آغاز کرده‌اند ولی هنوز شکل قانونی ندارد و ولی این سهم هنوز

به ۵ درصد هم نمی‌رسد.

◉ امضای نویسنده این مطلب محفوظ است